دراسات في الاعلام

# استطلاعات الرأي العام علي الإنترنت

د.فتحي حسين عامر



# إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت

د. فتحي حسين عامر

2013



# إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت

المؤلف: د. فتحي حسين عامر

الطبعة الأولى : 2013
رقم الإيداع: 14280/2012



60 شارع القصر العيني - 11451 - القاهرة
ت 27921943 - 27954529 فاكس 27947566
email: alarabi5@link.net

## بطاقة فهرسة

عامر، فتحى حسين .
استطلاعات الراى العام على الانترنت / فتحى حسين عامر . – القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2012 - ص؛ سم.

1 – قياس الراى العام- نظم معلومات
أ - العنوان 301,1540285

# إهداء

الي روح والدي الغالية رحمة الـلـه وأن يجعل مثواه الجنة والي العزيزة الغالية أمي أطال الـلـه في عمرها ولا يحرمنا رضاها ودعائها وأن يرزقنا الصلاح حتي ينفعهما الـلـه بـدعائنا ..فكـم أتمنـي أن أدخل الجنة عبر رضاهما عني ..

والي  أحباب قلبي أبنائي:  أدهم ومريم

والي أعظم شباب في العالم الشباب المصري، الذي قام بأعظم الثـورات البيضـاء في التـاريخ في 25 يناير 2011، وأستخدموا فيها أحدث وسائل التكنولوجيا التفاعلية عبر الانترنت وهي الفـيس بـوك ... والي شهداء الثورة الابـرار سـواء مـن الشـباب أو الاطفـال أو الكبـار أو مـن أفـراد الشرطـة والقـوات المسلحة وغيرهم في كل مكان في مصر وخاصة في ميدان التحرير وميدان الاربعين بالسويس وميـدان القائد إبراهيم بالاسكندرية وغيرها من المحافظات وفي أماكن مثل: شـارع محمـد محمـود ومجلـس الوزراء والعباسية وماسبيرو ومسرح البالون وحتي أمام القصر الاتحادية الرئاسي بمصر الجديـدة مـن أجل أمنيات ومطالب وحقوق بسيطة يعتقدون أنها ستتحقق لهم بعد الثورة وإنتخاب رئيس جديد للبلاد..

والي كل باحث وطالب علم يبتغي وجه الـلـه الكريم والصلاح والاصلاح للـبلاد والعبـاد وطلـب العلم وإعلاء كلمة الحق في كل مكان .

**المؤلف،،**

# المقدمة

------

**مقدمة:**

هناك حقيقة لابد أن نعلمها جميعا إزاء إستطلاعات الرأي العام المنتشرة في مصر خلال الفترة ما قبل إجراء أول إنتخابات للرئاسة بعد ثورة 25 يناير عام 2012 وهي إننا نعيش في أكذوبة مستحدثة إسمها إستطلاعات الرأي العام من أجل التعرف علي إتجاهات الشعب المصري نحو مرشحي الرئاسة..فنشر هذه الاستطلاعات بشكل فج خلال الصحف ووسائل الاعلام المختلفة قد تؤدي الي إحتمالية أن يتأثر الرأي العام بما ينشر من نتائج - قد تكون غير حقيقية تماما – توضح ترتيب المرشحين لمنصب رئاسة الجمهورية من حيث الشعبية التي تخلقها أو تصنعها هذه المراكز لمرشح دون الاخر أو نسب التصويت المتوقعة لكل منهم، مما يعني تحرك قطاع عريض من الرأي العام لتأييد ذلك المرشح خاصة من بين هؤلاء الذي لم يقرروا موقفهم بعد أو ما زالوا مترددين في التصويت لأحد المرشحين، أو عدم مقدرة الاغلبية علي الاختيار الصحيح بسبب عدم إعتيادهم علي ذلك في ثقافتهم، وما أن كل متردد يفضل لنفسه أن يلتحق لتأييد ما تراه الأغلبية حتي لا يكون نشازا في النغمة السائدة، وهو حين يتخذ هذا القرار يعتمد علي صواب ما تقرره الأغلبية أي يسير كالقطيع دون أن يعرف الصواب من الخطأ.

ولكن ينبغي الاعتراف بوجود إستطلاعات رأي دقيقة وأخري غير دقيقة أو مزيفة، ولكن هناك معايير مهنية يجب الالتزام بها أثناء إجراء هذه الاستطلاعات حتي يتحقق بها المصداقية ويعتمد عليها في مختلف الامور وهي أن يتم تحديد عينة ممثلة للمجتمع بكل طوائفه وشرائحه ومستوياته وأنواعه وأعماره، وأن تكون البيانات التي جمعها مباشرة تتم من خلال المقابلة الشخصية لا عن طريق وسائل الاتصال مثل التليفون المنزلي أو المحمول أو المواقع الاليكترونية او البرامج التليفزيونية الفضائية التوك شو، فمعظم استطلاعات الرأي في هذه الجهات لا يمكن الوثوق بها خاصة

وأنها ترجع للتليفون كوسيلة للاستطلاع لسرعة وقلة تكاليفها المادية حيث تكون نسبة الاستجابة في هذه الاستطلاعات ضئيلة وغير دقيقة بينما المقابلات المباشرة مع الفئة التي تم إختيارها تكون الاعلي في الاستجابة بنسبة تصل الي 99% خاصة وان مصر مازالت تعاني من إرتفاع نسبة الامية بنسبة تصل الي 38% وهذا يضعها في إنعزالية عن الصحف والمواقع الاليكترونية والبرامج الفضائية، كما أن التصويت علي الاسئلة التي تطرحها البرامج علي مشاهديها غير دقيقة خاصة وأنها لا تمثل المجتمع بل تمثل جمهور البرنامج فقط !الامر الذي حولها لسبوبة!

يضاف الي هذا أن مراكز استطلاعات الرأي العام في مصر لا تتمتع بالاستقلال السياسي وهي دائما إما تابعة أو مسيسة إما للنظام القديم أو المجلس العسكري فهي ليست فوق الشبهات من حيث إلتزامها بالمعايير التي تضمن الحيادية وموضوعية النتائج. ومنذ أكثر من ثلاثة أسابع ومع إحتدام سباق الرئاسة أصبحت هذه الاستطلاعات يومية بنتائج مختلفة أو بالاحري موجهة للشعب ومدفوعة ضمن حملات الدعاية للمرشحين لخداع الشعب المصري وتوجيهة الي مرشح بعينه والدليل علي ذلك أن أخر إستطلاع لبعض الصحف الخاصة أظهر تفوق محمد مرسي مرشح الاخوان المسلمين بينما تباينت إستطلاعات أخري في تفوق عمرو موسي وأخري أحمد شفيق وأخري حمدين صباحي. ومن الخطير أن هذه الاستطلاعات وجدناها مؤخرا تصب بقوة فى رفع أسهم مرشحى الفلول عمرو موسي وشفيق، ومن المفارقات الغريبة أن إستطلاعات الرأي العام الحكومية والخاصة قبل الثورة كانت تأتي بحسني مبارك كأفضل زعيم عربي وسوزان مبارك وبفريدة إبنة جمال مبارك كأفضل شخصيات العصر وأشياء من هذا القبيل ورضاء الشعب عن أداء حكومة نظيف وإذا بها بعد الثورة علي ما هي عليه، وكأننا لا نريد أن نتقدم للأمام، بل نتراجع للخلف بسبب عشوائية القرارات التي حكمتنا علي مدار تاريخنا القومي، وعدم إستطلاع رأي الشعب في أي قضية أو مشكلة وتواجه مصيره وأمنه الشخصي والقومي. ينبغي عدم

فرض إملاءات هذه الاستطلاعات علي الشعب المصري الذي قام بثورة قضي فيها علي نظام مستبد ليأتوا ببقاياه من جديد حتي يعيدوا إنتاج نظام مبارك وكأن الثورة لم تقم وهذا ما لن يقبله الشعب المصري مجددا!

لقد أصبحت وسائل الإعلام، بفضل التطور الذي فجرته ثورة المعلومات، جزءاً من نسيج المجتمع وحياته في كل مكان، وصارت ذات تأثير مباشر في التكوين الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والثقافي للمجتمعات، وفي تشكيل الوعي وتحديد مسار السلوك للفرد والجماعة، حيث ظهر الأثر التكويني للإعلام في آليات التفكير والقيم والأخلاق والعادات اليومية والسلوك والخصائص المميزة لشخصية الجماعات والأفراد.. حيث أنه لم يعد خافيا على أحد الأهمية والتأثير الذي يتمتع به الرأي العام بشتى أشكاله في المجتمع، ولذلك نرى الحجم الهائل من الأنشطة والدراسات التي يتم القيام بها من أجل التأثيرعلى الرأي العام، وتوجيه سلوكه، وضبط حركته، ويزداد ذلك الاهتمام وقت الأزمات المختلفة والانتخابات المتنوعة علي مستوي السلطات المختلفة.

لاشك أن ثورة 25 يناير بكل ما حملته من تحولات فى المجتمع المصرى فرضت واقعاً جديداً يتطلع فيه المصريون إلى تبنى نظام جديد تسوده العدالة الاجتماعية والكرامة الانسانية، كما أن المشهد المصرى بعد هذه الثورة يشير بوضوح إلى تراجع الخوف من التعبير عن الرأى، وبروز ظاهرة الرأي العام علي السطح بشكل كبير ومؤثر، والاهتمام بها من خلال إستطلاعات الرأي علي الانترنت سواء أكانت إستطلاعات مرتبطة ببرامج توك شو علي القنوات الفضائية المختلفة مثل قناة دريم وقناة المحور وقناة الاوربت وقناة سي بي سي وقناة الجزيرة القطرية وقناة الاوربت وغيرها أو علي مواقع الانترنت المتعددة لبعض الصحف اليومية الخاصة مثل موقع صحيفة اليوم السابع اليومية وموقع جريدة المصري اليوم وموقع جريدة الشروق وموقع مصراوي وموقع الجزيرة وموقع البي بي سي وموقع محيط وغيرها من المواقع بالصحف القومية مثل بوابة الاهرام الاليكترونية والجمهورية والاخبار وبعض الصحف الحزبية مثل بوابة الوفد وغيرها من الاستطلاعات

التي تجريها بعض المراكز البحثية الخاصة والحكومية مثل مركز الاهرام للدراسات الاستراتيجية والسياسية، ووضعها في الاعتبار عند صانع القرار وتجلي هذا لأول مرة بشكل حقيقي في إستفتاء 19 مارس 2011 وما بعدها من إنتخابات برلمانية ثم إنتخاب جمعية لتأسيس دستور جديد للبلاد وإنتخابات رئاسية، وهذه المعطيات الجديدة تفتح الباب على مصراعيه لإجراء إستطلاعات للرأى العام لا تكبلها قيود تسلط الحاكم، ولا يفسدها الخوف من التعبير عن الرأى.

فقد كان التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك الذي إخترعه طالب جامعة هارفارد الامريكي "مارك زوكر بيرج" في بداية الالفية الثالثة علي وجه التحديد بمثابة غرفة عمليات الثورة المجيدة التي إنطلقت في 25 يناير 2011، وكان الوسيلة الاولي للتواصل بين الثوار وتبادل المعلومات والاراء والتنظيم، وقد نجحوا في أن يكونوا ما يسمي بالرأي العام الاليكتروني، أو رأي مختلف فئات الشعب بكل إنتماءاته وطوائفه علي الانترنت وعبر مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك ووضعوا هدف واحد أمامهم، وهو الخروج في تظاهرة كبيرة تجوب شوارع مصر المختلفة للمطالبة بالحرية والعدالة وبعمل إصلاحات عامة وإستعادة الحقوق المسلوبة للشعب، وإتخذوا شعار واحد لهذه الثورة وهو "حرية – عيشة - عدالة – كرامة إنسانية"، وقد أعلنوا ذلك صراحة علي الانترنت والفيس بوك، وقد كانت البروفة الاولي للثورة التي أطاحت برئيس الدولة حسني مبارك وأفراد أسرته وبطانته السوء وأدخلتهم جميعا السجن. وجاء الحكم الشهير للقاضي المستشار أحمد رفعت علي مبارك في 2 يونيه عام 2012 أي بعد عام ونصف من تنحيه وسجنه بالمركز الطبي العالمي بالسجن المؤبد مدي الحياة ليضع نهاية للطاغية الذي حكمنا ولكل حاكم يأتي من بعد وتسول له نفسه أن يسلك مسلك سابقيه.

ويمكن القول بأن إنعاش الاعلام الاليكتروني بدأ بقوة في 6 إبريل عام 2008 عندما أعلنت مجموعة من الشباب عن إضراب عام عن العمل في البلاد علي الانترنت إعتراضا علي سوء أحوال البلاد وكثرة الفساد السلطة فيها، وغياب العدالة

الاجتماعية، ونجح هذا الاضراب نجاحا باهرا في منطقة المحلة الكبري بمحافظة الغربية ومناطق أخري عديدة بالمحافظات المصرية وسميت هذه الحركة بعدها بحركة 6 إبريل، وفي يوم 25 يناير 2011 تحرك مجموعات من الشباب الذي لا ينتمي لحركات أو أحزاب أو تيارات دينية بشكل منظم في اليوم المحدد بعد الاعلان المسبق عبر عالم الانترنت وموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك للنزول في يوم عيد الشرطة الموافق 25 يناير، وبدأت التظاهرة التي إستمرت لعدة أيام وطالبوا فيها بإسقاط النظام، وقد تحقق لهم ما أرادوا بعد 18 يوم بالتمام، وتحققت المعجزة بفضل الرأي العام الاليكتروني الذي كونه الشباب عبر الجروبات المنتشرة عبر الفيس بوك ومواقع أخري مثل صفحة "كلنا خالد سعيد" التي كانوا يكونوها فيما بينهم، وقد وصل أعضائها الي ملايين الاعضاء وكانت الصفحة بمثابة التعبئة للجماهير والشباب علي الانترنت من أجل التظاهر والثورة يوم 25 يناير، التي كانت بالفعل – كما قال الرئيس الامريكي باراك أوباما – أعظم الثورات في تاريخ البشرية، فكانت ثورة بيضاء ونظيفة ومنظمة ومرتبة بفضل الله سبحانه وتعالى. بل لم يتخيل أي إنسان أن شباب الفيس بوك سوف يقودون مبارك وأسرته وقيادات حزبه المهيمن والحاكم الي المحاكمة والسجن ومعهم البطانة الفاسدة.

وتمثل إستطلاعات الرأي العام بوجه عام واحدة من المهام التي تلقى على عاتق مراكز البحوث ودوائر صنع القرار في البلاد، بالاضافة الى وسائل الاعلام ودورها المؤثر علي الافراد، والتي راحت هي الأخرى تهتم بهذا الموضوع، انطلاقا من مهمتها في الاطلاع على مسارات واتجاهات الرأي العام، في القطاع الذي يريد الباحث أو المستطلع، ان يتوصل من خلاله الى نتائج عن مشكلة اجتماعية أو سياسية، أو التعرف على نتائج صناديق الاقتراع عند إجراء إنتخابات برلمانية أو رئاسية أو قضائية أو في الوزارات والمحافظات والاندية وغيرها في كافة مواقع المجتمع، من خلال استخدام الوسائل الاحصائية في الكشف عن النتائج المتوخاة.

ويخلص الباحثون في مجال الاستطلاعات الى نتيجة مؤداها أن استطلاعات الرأي تعاني من العجز عن تحقيق المصداقية لدى الجمهور، ناهيك عن صانع القرار كي تكون إحدى المدخلات المهمة في تناول الموضوعات ذات الصلة مثل إرتفاع أسعار بعض السلع الغذائية أو رفع الدعم الحكومي عن البنزين أو القيام بحرب مع عدو خارجي في توقيت ما، وبالتالي ليكون لها حظ ما في الاعتبار عند أخذ القرارات المتعلقة بهذا الموضوع على مختلف المستويات، والأمر يتعلق بصناعة القرار في مؤسسات المجتمع المدني كما هو في الدولة وكما هو على المستوى القومي العربي في القضايا المصيرية الكبرى والمشتركة الكثيرة.

ويقول المهتمون بالشأن البحثي المتعلق بالرأي العام أن عمليات إستطلاع الرأي العام والتعرف إلى المزاج الشعبي العام لاتزال من المسائل الجدلية في عملية صناعة القرار العربي، حيث تسود ثقافة الزعامة الفردية التي تعتبر وصية على المصلحة الوطنية، كما لا تزال إدارة صناعة القرار العربي تحظى بالمرجعية العليا الفردية في معظم الأحيان، ناهيك عن آلية صناعة القرار والكثير من المسائل المتعلقة بالمنهجية والإعداد وعرض البدائل والخيارات المطلوبة.

ويمكن القول بأن غياب المناخ الديمقراطي وإنتهاك الحريات العامة في مجمل الأقطار العربية قد ضاعف من عمليات الخوف والحجر على مناقشة قضايا الرأي العام وإجراء إستطلاعات منتظمة وعلمية وعلانية له في العالم العربي، كما ضاعف أيضا من عمليات التلاعب بالرأي العام لخدمة الحكومات العربية الديكتاتورية القائمة.

من هنا لم تتجاوز محاولات دراسة الرأي العام وقياسه في بعض الأقطار العربية -على اختلاف أنواعها ومجالاتها- مرحلة التجريب، حيث لم تتبلور تقاليد علمية أو مهنية متفق عليها بين الباحثين أو المشتغلين بإستطلاعات الرأي والرأي العام.

من جانب آخر فإن بعض وسائل الإعلام الغربية والعربية، علاوة على مؤسسات دولية عديدة، بدأت بإجراء استطلاعات للرأي العام في عدة أقطار عربية، كما أجريت بشكل متكرر استطلاعات في كل من العراق وفلسطين.

كذلك إنتشرت على نحو لافت للإنتباه إستطلاعات الرأي في مواقع الإنترنت العربية بل وفي بعض البرامج الإذاعية والتليفزيونية، ورغم عدم دقة هذه الاستطلاعات فإنها تخلق ضغوطا إضافية على إحتكار الحكومات العربية لحق المنع أو الموافقة على إجراء إستطلاعات الرأي العام أو توظيفها لخدمة سياساتها. ومن المتوقع في المستقبل القريب أو المتوسط الانتقال من مرحلة التجريب إلى ممارسة إستطلاعات الرأي العام، الأمر الذي قد يخلق مشكلات بحثية وإجرائية، بل وأخلاقية، خاصة مع عدم وجود روابط أو إتحادات لتنظيم ممارسة إستطلاعات الرأي العام تستطيع أن تضع قواعد ومواثيق أخلاقية للممارسة المهنية.

ومن هذا المنطلق كان تفكيري في إعداد وتأليف هذا الكتاب عن الرأي العام الاليكتروني وعن إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت، والتعرف علي نشأة الرأي وتكوينه ووسائله وأدواته وأهميته في عصر التطور التكنولوجي والاتصال التفاعلي والثورة المعلوماتية والبحث في كيفية مواجهة تحديات المستقبل بكل ما يحمله لنا من مخاوف وإشراقات.

رب أجعل هذا العمل في ميزان حسناتي يوم القيامة..

**فتحي حسين عامر**

# الفصل الأول

---------------------

## ماهية إستطلاعات الرأي العام

## علي الانترنت

تعتبر الاستطلاعات أو الاستقصاءات أو الاستبيانات هي تكنيك لجمع المعلومات من الافراد عن طريق استمارة يتم إعدادها بشكل علمي، وتتضمن مجموعة أسئلة بخصوص موضوع يجيب عليها المبحوثون ويدونون إجاباتهم بأنفسهم أو يدونها الباحث الميداني تدويناً دقيقاً[1]، سواء كانت هذه الاستطلاعات ورقية مطبوعة تسلم باليد للمبحوثين أو عبر مكاتب البريد العادية أو إليكترونية ترسل عبر المواقع الاليكترونية أو الصحف التي لها مواقع عبر الانترنت أو الايميل والبريد الشخصي.

والبحث العلمي عامة هو محاولة للوصول إلى الحقيقة لفهم العالم من حولنا، والإجابة على بعض التساؤلات وحل المشكلات، وهذه المحاولة تبني على جمع المعلومات وتحليليها للوصول إلى الحل الصحيح أو الأقرب إلى الصحة.

ويهدف البحث العلمي إلى فهم الظواهر المحيطة بنا، وحل المشكلات التي تواجهنا، والوصول إلى تعميمات أو قوانين، والتنبؤ بحدوث ظواهر معينة في المستقبل. والمشكلة هي مثير عقلي يحتاج إلى إجابة متخذاً من العلم مدخلاً ومنهجاً. والمشكلة شرط حتمي ومسبق لقيام البحث العلمي، وتسعى البحوث العلمية إلى الوصول إلى الحقائق والنظريات وبينهما حد فاصل لابد من اجتيازه وهي الفروض والمقاييس .. والمشكلة بعبارة أخرى تبدأ بسؤال قد يسأله الباحث لنفسه أو قد يسأله له الآخرون.

ولا يوجد بحث علمي يبدأ من غير: تحديد المشكلة، تحديد الفروض، تحديد الأدوات البحثية فهي بمثابة مدخلات **Inputs** يحدث لها معالجة **Processing** لينتج في النهاية مخرجات **Out Puts**. إن كل شئ في الكون من حولنا عبارة عن مثيرات أو منبهات على الإنسان أن يسأل عنها في مجال الإعلام والرأي العام والاجتماع[2].

ويعد الإحساس بمشكلة البحث من الخطوات الهامة في البحث، ويمكن التعبير عن أهمية ذلك ببساطة تامة وهو أنه حينما لا تكون هناك مشكلة لا يكون هناك بحث

No Problem .. No Research ويبدأ البحث بمشكلة في شكل تساؤل في ذهـن الباحـث أو عنـدما يواجه الباحث مواقف غامضة تثير تساؤلات في ذهنه، ويبدأ البحث عادة بموقف غـامض أو موقـف مشكل"Problematic Situation" [3].

وتشهد المجتمعات الحديثة ظاهرة تنـامي اسـتخدام تقنيـات الاتصـال الالكـتروني، وتعـد المواقـع الإخبارية الالكترونيـة أحـد هـذه الظـواهر التـي إتسـمت بعنـاصر الفوريـة Immediacy، والتفاعليـة Interactivity، وتعدد الوسائط Multimedia، والتحديث Updating، والشخصنة Personality [4].

وإذا كان ظهور الإنترنت بمثابة ثورة غير مسبوقة في مجال وسائل الاتصال بما أتاحته مـن حريـة وسهولة وسرعة وإتاحة على مـدار السـاعة بمـا قدمتـه مـن خـدمات متعـددة ومتباينـة مـن مواقـع إخبارية ومنتديات وتصفح وغرف دردشة ومجموعات إخبارية وبريد الكتروني ضـخم المسـاحة، فـإن ظهور الشبكات الاجتماعية أيضا من ناحية أخري يعد ثورة في مجال نفـس الوسـيلة، حيـث أدى إلى زيادة وتعاظم دور الشبكة باعتبارها وسيلة حرة للتعبير والتفاعل والتواصل بل وحشـد الـرأي العـام وتكوين مجموعات للضغط علي الأنظمة الاجتماعية والسياسية، الأمر الذي أدى إلى نمو غير مسبوق في إعداد الشبكات الاجتماعية وكذلك في أعداد مرتادي هذه الشبكات.

فقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت في آخر اسـتطلاع أجرتـه شركـة In Site Consulting عـام 2011 حوالي 2 مليار منهم 940 مليون يستخدمون المواقـع الاجتماعيـة مـنهم 72% يتواجـدون في أكثر من موقع اجتماعي وبلغت نسبة الاستخدام 95% مـن إجـمالي مسـتخدمي الشـبكة، ويحتـل الفيسـبوك Facebook 51% ثـم مـاي سـباس MySpce 20% وتـويتر17% Twitter، وكثـير مـن مستخدمي المواقع يسجلون دخول مرتين يوميا إلي اقـل معـدل 9 مـرات شـهريا و14 % يسـجلون دون عمل أي شيء آخر و26% يقومن بالكتابة في كل مرة يدخلون للموقع، ويبلـغ متوسـط عـدد

الأصدقاء للشخص الواحد 195 وفي أمريكا الجنوبية 360 وفي البرتغال 236 وفي أمريكا 200 صديق[5].

فهناك ما يقرب من 107 تريليون بريد الكتروني تم إرساله عام 2010 بمعدل يومي 294 مليار رسالة لإجمالي 1.88 مليار مستخدم لحوالي 250 مليون موقع وبإضافة سنوية تشمل 21 مليون موقع 2010، وهناك أكثر من 150 مليون مدونة و25 مليار تحديث لتويتر و100 مليون حساب جديد في نهاية 2010 بينما وصل عدد مستخدمي الفيسبوك في نفس العام 600 مليون مشترك منهم فقط 250 مليون عام 2010 حيث تمت إضافة 20 مليون تطبيق علي الفيسبوك وهناك 2 مليار مشاهد لمقاطع اليوتيوب يوميا حيث يرفع لموقع اليوتيوب 35 ساعة بإجمالي 2 مليار شهريا للمشاهدة و20 مليون للتحميل. وقد بلغ عدد مستخدمي الانترنت العرب 70 مليون مستخدم وتعد المنطقة العربية الخامسة في استخدام الشبكات ووسائل الإعلام الاجتماعية بنسبة نمو بلغت 2500% في السنوات العشر الأخيرة طبقا لإحصائيات Arab Discover Digital وبلغ عدد مستخدمي الفيسبوك 9 مليون مستخدم في مصر و4.5 في السعودية و4 مليون في المغرب، ويزداد عدد المستخدمين في مصر كل 3 شهور بمعدل 4.42 % وجاءت ليبيا في المقدمة من حيث نسب الزيادة في مستخدمي الفيسبوك في الربع الثاني من2011 بنسبة 88.5% تليها قطر 44.5% والعراق 10.5%، ففي المجتمع العربي زاد انتشار استخدام الفيسبوك بمعدل أسرع في الربيع العربي بنسبة 29% حتى وصل عدد المستخدمين في 5 ابريل إلي 27.711.503 مستخدم بعد أن كان 21.377.282 في 5 يناير 2011، وبلغ عدد المستخدمين في أكتوبر 2011 32.273.580 فرد من أصل 273.540.000.

فقد أكد تقرير الإعلام الاجتماعي العربي أن الفيسبوك كان أداة فعالة لنواة من الناشطين الذين نجحوا فيما بعد في حشد جماعات وشبكات أوسع تتسم بقوة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية فيما بينها[6].

وأكد التقرير من خلال الدراسة التي تمت علي المستخدمين أن الفيسبوك استخدم في الربع الأول من عام 2011 لرفع الوعي في بلدانهم بمعدل 31% مي مصر وتونس، وكذلك نشر المعلومات للعالم بشأن الحركات الاحتجاجية بنسبة 32% في تونس و24% في مصر ثم التنسيق بين الناشطين بنسبة 22% في تونس و30% في مصر وبالتالي لعب الفيسبوك دورا مهما من خلال مشاركة فئة – وان كانت قليلة- معينة لصالح فئات أخري اكبر حيث حشد قادة الرأي في مصر وتونس باقي أفراد الجمهور واستطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دور الإعلام البديل بنجاح وكان دورها بارزا في دعم حركات التحرر العربية من خلال توفيرها لوسائل سهلة سريعة آمنة من اجل التبادل الحر للمعلومات والآراء.

كما أثبتت الكثير من الدراسات أن استخدام الانترنت بوجه عام والشبكات الاجتماعية بوجه خاص قد ساهم في إيقاظ الوعي العربي حيث سمحت الشبكات الاجتماعية لملايين من الأفراد – ولأول مرة– بتنظيم تحركاتهم بسرعة ومهارة ومرونة تفوق بكثير الأبنية والأنظمة السياسية والاجتماعية والإعلامية التقليدية، فمع اختلاف الظروف التي قامت من أجلها ثورات الربيع العربي إلا أن القواسم المشتركة بينها يتصدرها الكبت والقمع السياسي والاقتصادي والاجتماعي والأمني وانتهاك أبسط حقوق الإنسان لمصلحة بقاء النظام فضلا عن الظروف الاقتصادية الصعبة التي تعيشها هذه الشعوب في مصر وتونس واليمن وسوريا أو حرمانها من ثرواتها مثل ليبيا مما دفع بالناشطين إلي نشر معلومات ووثائق وصور وفيديو لفضح ممارسات النظام واستقطاب أكبر عدد ممكن من المؤيدين في شكل جماعات سياسية منظمة تتغلب علي عوائق المتابعة والمراقبة والملاحقة الأمنية بسرعة ودقة ومرونة فائقة[7].

وبالتالي يمكن القول أن الشبكات الاجتماعية استطاعت أن تترجم حالات السخط الشعبي والجماهيري علي الأنظمة الحاكمة في شكل جماعات فئوية منظمة استطاعت استخدام التكنولوجيا الحديثة في التواصل وتشكيل مجموعات متجانسة ومتناسقة وخلق

رأي عام نوعي بدأ افتراضيا وتحول إلي حقيقيا ومن شكل الكتروني بين المتعلمين والمثقفين إلي شكل شعبي وجماهيري استقطب مزيدا من الاعتصامات والاحتجاجات الفئوية في تحالف للقوي والجماعات المقهورة سياسيا واجتماعيا وامنيا واقتصاديا واجتماعيا وأصبح لدي الغالبية العظمي قناعات بأنها لن تخسر أكثر مما خسرت وتصاعدت حدة المواجهات بين جموع شعبية تصر علي المطالبة بحقوقها المشروعة وأنظمة استبدادية متعنتة ومتسلطة تصر علي إنكار حقوق هذه الجموع الشعبية الحاشدة وتراها قلة مندسة بتبريرات واهية عن وجود قوي خارجية[8]، ومع مرور الوقت تبين زيف ادعاءاتها وان ثورات الربيع العربي ثورات شعبية حقيقية لن تنتهي إلا بتلبية متطلباتها ومن هنا استطاعت الشبكات الاجتماعية أن تلعب دورا مؤثرا في تشكيل وعي هذه الجماهير واتجاهاتها نحو الثورات العربية بخلق رأي عام نوعي واعي بهذه الثورات.

فقد بدأ مفهوم المقاومة والنضال الالكتروني يتشكل ويمتد ليأخذ مؤخرا مفهوما عمليا جديدا تحولت بفضله المجتمعات إلي كيانات معلوماتية وتحول الأفراد إلي متلقين ايجابيين يختارون ويتصفحون ويشاركون وينتقدون ويقومون ليس فقط بالتأثير في وسائل الإعلام ولكن بصنع وسائلهم الخاصة عبر المواقع والمنتديات والمدونات وانطلقت القدرات الفردية بمبادرات بدأت شخصية ثم سرعان ما تحولت إلي جماعية ومجتمعية مكتسبة دعم جماهيري وشعبي اعتمادا علي الثقافة الشفهية من ناحية، وسرعة التنظيم والمرونة العالية التي أتاحتها التكنولوجيا الحديثة من ناحية آخري، فبفضل الانترنت وشبكات الإعلام المجتمعي الحديث تحولت المعلومة إلي عنصر فعال ومؤثر ونجحت شركات البرمجيات في خلق مجتمع مترابط تكنولوجيا وأصبح متصفح الانترنت بمجرد فحص بريده الالكتروني – من الكمبيوتر أو هاتفه المحمول أو البلاك بيري- مرتبطا بشبكة اجتماعية أو أكثر سواء الفيس بوك أو تويتر أو يو تيوب أو غيرها من الشبكات الأخري ووجد الفرد نفسه عضوا وسط جماعة متجانسة اختارها بنفسه وأصبح عليه أن يشاركها أرائها وأحلامها وتطلعاتها ومعارفها واتجاهاتها

وأصبح السري سابقا علني حاليا والمجهول معلوم والاحتمالي مؤكد وموثق بسرعة ودقة وأدرك الأفراد قيمة التواجد الالكتروني[9] .

وهنا يثور التساؤل عن طبيعة ومدي السرعة والقوة التي توافدت بها تلك الحشود علي الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت وتكمن الإجابة في الحرية المطلقة التي أتاحها الواقع الافتراضي والفضاء الالكتروني بمواقعه وشبكاته الاجتماعية مما أدي لتشكيل الحركات الاجتماعية التي كانت تعيش واقعا سياسيا واجتماعيا وإعلاميا مأزوما، فانحسار محيط الحرية في الواقع الفعلي جعل من الفضاء الالكتروني واقعا بديلا تحول مع وجود الشبكات الاجتماعية من كونه واقعا افتراضيا إلي واقعا حقيقيا خاصة في ظل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الالكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات.

كما شهدت السنوات الأخيرة ظهور عدة تصورات عن دور الإعلام في حياه الأفراد، وكشفت بذلك عن الطبيعة المركبة للإعلام، وتداخل الأدوار التي يقوم بها في مجتمع المعلومات، خاصة بعد أن تخلق بالفعل مجتمع اتصالات (أو ما يسمي المجتمع السبرنطيقي Cybersociety)، وهي التسمية التي تطلق علي شبكة الاتصالات (الانترنت) التي تتسم بوجود تخيلي أو افتراضي، ولكنه حقيقي من حيث وجوده وتأثيره، وتعتمد تلك الشبكة علي الوسائل الالكترونية، أما أطرافها فهم مستخدمو شبكة الانترنت.

وقد شهدت مصر مؤخرا حدثا هاما وهو ثورة 25 يناير، تلك الثورة الشعبية السلمية التي انطلقت يوم الثلاثاء 25 يناير 2011، وهي تعد ثورةٌ كبرى غير مسبوقة في التاريخ المصري بأكمله، بل هي إحدى أكبر الثورات في العالم، وشهدت الثورة والفترة التي تليها العديد من الأحداث الهامة، والتي تنافست في طرحها وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أو ما يطلق عليه البعض وسائل الإعلام البديل. وأكد خبراء

وصحافيين مهتمين بالإعلام الرقمي أن الثورات العربية هي انفجار ديمقراطي غذته روابط الإنترنت، فقد شهدت الثورة المصرية مشاركة ما يقارب 5 ملايين مدون في مصر وحدها، وكان لموقعي التواصل الاجتماعي الشهيرين فيس بوك وتويتر والمدونات حضوراً واضحاً في نقل وقائع الثورة.

وتؤدى شبكة الإنترنت دورا كبيرا في تغيير وجه الحياة السياسية في مصر في الفترة الماضية، وقد تجلى هذا الدور في الإعداد والحشد والتنفيذ لإنجاح ثورة 25 يناير التي ستظل علامة فارقة في تاريخ مصر على مر العصور، والتى كان من ابرز ثمارها الانتخابات الرئاسية 2012.

ولان الانترنت أصبح لغة العصر لتسويق الحملات الانتخابية فقد أصبح موضوع الدور السياسي للإنترنت محل اهتمام عدد كبير من الباحثين والحكومات والأحزاب ومنظمات المجتمع المدني في كل أنحاء العالم، إلا أن ذلك لم يشهد اهتماما مماثلا من الباحثين المصريين ومن الهيئات السياسية.

فبدءا من الانتخابات الرئاسية الأمريكية التي أجريت عام 1992 تم استخدام الانترنت كسلاح انتخابي من قبل عدد كبير من السياسيين في أقطار مختلفة منها المملكة المتحدة واستراليا وألمانيا وايطاليا وفرنسا واليابان وكوريا الجنوبية، نتيجة لذلك أصبحت الحملات الانتخابية عبر الانترنت مجالا للبحث.

فقد أدرك القائمون على السياسة أن الانترنت أفضل وسيلة لنقل أرائهم للمواطنين كما هي، دون زيادة أو نقصان وبعيداً عن انتقاء وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والراديو والتليفزيون لنقاط معينة في برامجهم السياسية، فعن طريق الانترنت يتمكن المرشح السياسي من أن يتواصل مع الجماهير مباشرة دون الحاجة إلى طرف ثالث، فضلا عن انه يؤثر على إدراك المشاركين للمرشحين وعلى مستويات التوافق مع سياساتهم ويضيف

Iyengar. إلى ذلـك عـدم انتظـار تقـديم الحملـة كـما في وسـائل الإعـلام التقليديـة وإنمـا يسـتطيع مستخدم الانترنت الحصول على المعلومات في أى وقت يريده.

ويعتبر أوباما أول رئيس في التاريخ يحقق الفوز على منافسيه منذ الحملة التمهيدية للانتخابات الرئاسية بفضل توظيفه الجيد لتكنولوجيا المعلومات وفى مقدمتها شـبكة الإنترنـت الـذي لعـب دورا نشطا وغير مسبوق في حشد المؤيـدين والمتطـوعين في صـفوف المرشـحين مـن مسـتخدمي الإنترنـت لتنظيم أنفسهم وتمويل الحملات وتوسيع دوائر علاقاتهم واتصالاتهم ونشر أخبار مرشحهم المفضل.

وقد نجح موقع أوباما في جذب مزيد من المستخدمين مقارنة بموقع ماكين، حيث وصـلت عـدد زيارات المستخدمين لموقع الحملتين 72% لصالح أوباما بنهاية شهر أغسـطس 2008 مقارنـة بــ28% لماكين، كما أن أوباما لديه ما يزيد على 1.7 مليون صديق على فيسبوك وأكثر من 500 ألف على ماي سبيس مقارنة بماكين الذي لديه نحو 300 ألف صديق على فيسبوك ونحو 87 ألف فقـط عـلى مـاي سـبيس. ويـوفر موقـع بـاراك أوبامـا صـفحتي "My Barek Obama" و"My BO" وهـما خـدمتان نشطتان تتيحان للمستخدمين كتابة الشخصية في شكل مدونات وعمل profile للتعريـف بأنفسـهم وإضافة روابط لمجموعات أو شخصيات مناصرة لحملة الديمقراطيين[10].

فالانترنت بوصفه قناة إعلامية جديدة يمثل أهمية كبرى لـدى مسـتقبلي المعلومـات الانتخابيـة وبصفة خاصة لدى الذين يصوتون لأول مرة، ولدى الشباب بصفة عامة.

**إشكالية إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت**

لقد أصبحت إستطلاعات الرأي العام من أهم وسائل معرفة أراء الناس إزاء كافة قضايا المجتمع في الداخل وفي الخارج، وأحد آليات الاصلاح الديمقراطي والسياسي، وبالرغم من بعض العيوب التي قد تكتنف بعضها إلا أنها لا تعطي مبرر لمقولات المنع والتخويف التي تتبناها معظم الحكومات العربية وبعض مثقفي السلطة في الوطن العربي قبل وبعد ما يسمي بثورات الربيع العربي.

وكما أن ظهور إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت خلال العديد من المواقع الاليكترونية الاخبارية العربية علي إختلاف أنواعها لا تعكس غالبا الرأي العام، بل رأي أقلية نشطة سياسيا أو شرائح من الرأي العام في الوطن العربي القادر من الناحيتين المالية والتعليمية علي إستخدام الانترنت، ويضاف الي ذلك أن بعض الافراد النشطين سياسيا قد يؤثرون في نتائج هذه الاستطلاعات من خلال قيام كل منهم بالتصويت أكثر من مرة، بالاضافة الي أن بعض المواقع العربية والاجنبية تضع أسئلة غير كافية حيث تكتفي بسؤال واحد قد لا يكون كافيا، فضلا عن أن إختيار توقيت طرح السؤال وصياغته وأسلوب تحليله تظل طي الكتمان ولا يكشف عنها، ولا توجد أي رقابة أو ضوابط مهنية أو أخلاقية علي إجراء هذه الاستطلاعات.

ومن ثم لابد من الاسراع بمناقشة قضايا الرأي العام العربي وقياسه علي أوسع نطاق، مع الانطلاق من مسلمة الاقرار بحرية إجراء استطلاعات الرأي العام، والتجاوز عن حالة الخوف المرضي أو التخويف من مخاطر قياسات الرأي العام، ومن مخاطر التمويل الاجنبي وغيرها من الاوهام الرائجة.

بالاضافة الي هذا فقد شكك مراقبون وخبراء في مجال الاعلام والسياسة من تواصل عمل العديد من المراكز والمؤسسات العاملة في مجال إستطلاعات الرأي العام في مصر

بشأن الانتخابات البرلمانية والرئاسية بشكل منتظم في فترات ما بعد ثورة 25 يناير، متسألين عن الاهداف الكامنة خلف هذه الاستطلاعات ومن وراء تمويلها[11].

كما يروا أن هذه الاستطلاعات ليست لها تقاليد حقيقية في مصر، بل هي محاولات لقياس الرأي في مصر بل أن هناك تساؤلات تلحق بهذه المحاولات حول الاهداف التي تحكم بعض الجهات التي تقوم بهذه الاستطلاعات، وبعضها لها صلة بالنظام السابق والبعض الاخر له صلة بتوجهات إقليمية علي الاقل بشأن الذين يشرفون عليها.

وتنفذ هذه الاستطلاعات من أجل الرغبة في توجيه بوصلة الناخبين المصريين نحو مرشح بعينه قد تجعل جهات محددة تقف وراء هذه الاستطلاعات للوصول الي نتائج محددة.

بالاضافة الي تساؤل هام يطرح في هذا السياق وهو من يدير هذه الاستطلاعات؟ هل هي الاجهزة الامنية بالبلاد من أجل تلميع مرشح بعينه في توجه عام لابراز أن هناك مرشحين مؤهلين للاعادة مثل مرشح تيار الاسلام السياسي في الانتخابات الرئاسية عقب ثورة 25 يناير، وعمرو موسي مرشح مدني بحيث تأتي الاعادة تنحاز القوي المدنية لعمرو موسي لكي يصبح رئيسا للجمهورية.

وتتعمد وسائل الاعلام في تناولها لاستطلاعات الرأي العام علي الحذف أو الاضافة من النتائج، وإغفال المنهجية والسياق الموضوعي، وأحيانا تشكك فيه وتتناوله بالسلبيات فقط، وهو ما يشوه إستطلاعات الرأي ويشكك في مصداقيتها. كما تقوم بعض الصحف والمواقع الاليكترونية بإجراء مقابلات مع عدد من الشخصيات في شكل تحقيق صحفي، ثم تخرج بمانشتات وتسمي هذا إستطلاع رأي عام، ثم نفاجيء بعد فترات متتالية بسيل من إستطلاعات الرأي العام في الصحف والمواقع الاليكترونية لا تمت بصلة للمفهوم العلمي حول نجم الرياضة أو الفن أو السياسة لهذا العام كما

كان يحدث في عهد الرئيس السابق حسني مبارك الذي كان دائما هو وزوجته وأبنائه وأحفاده يحصلون علي الترتيب الاول في إستطلاعات الرأي العام الصادرة عن مجلس الوزراء، كما أن هذه الاستطلاعات كانت تخرج بنتائج تشير – علي غير الحقيقة – برضاء الشعب عن أداء حكومة عاطف عبيد وأحمد نظيف رؤساء الحكومة السابقين.. وكان الناس تتساءل من يتحدث بأسم الرأي العام؟ فالجميع أصبحوا أوصياء علي الرأي العام، فلابد من إعادة صياغة العلاقة بين وسائل الاعلام والرأي العام، حتي لا تفقد هذه الاستطلاعات مصداقيتها[12].

فعلي سبيل المثال فقد أجريت إستطلاعات للرأي العام في العراق بعد أيام قليلة من سقوط نظام صدام حسين للتعرف علي مواقفهم من هذا النظام، كما أجريت قياسات لاراء العراقيين في ظل عدم توافر الحد الادني من الاستقرار الامني، وأظهرت بعض النتائج تأييدا غير منطقي لاستمرار الاحتلال، الامر الذي جعل العديد من المراقبين والخبراء يشككون في عمل مراكز إستطلاعات الرأي في معظم البلاد العربية وجدواها ومصداقيتها..

كما أن الصحف في الدول المتقدمة كأوربا وأمريكا عندما تجري مثل هذه الاستطلاعات فأنها تعتمد علي المنهج العلمي الصحيح من خلال وحدة دراسات خاصة بها أو بالتعاون مع مراكز إستطلاع رأي، وهو ما يكسبها المصداقية في الخارج.

كما أن هناك خلط بين الاعلام والرأي العام فيما يتعلق بإهتمامات الطرفين، حيث أن وسائل الاعلام قد لا تعبر بالضرورة عن الرأي العام في الشارع، كما أن أولويات وسائل الاعلام تختلف عن أولويات المواطن المصري. والعلاقة بينهما عرجاء، فقد تسمح لوسائل الاعلام أن تضع أجندة الاولويات في المجتمع وهو ما يستوجب وجود بحوث ميدانية تعكس أولويات المواطن، يأتي هذا في الوقت الذي ينظر الرأي العام أو أفراد الشعب في الدول النامية الي إستطلاعات الرأي العام بالريبة وعدم الاكتراث أو

المصداقية فيه، ربما نتيجة سنوات القهر والذل والتخلف التي عاشتها هذه الشعوب قـي ظـل حكـام طغـاة ولا يعبـأون بمـا يريـد شـعوبهم، بعكـس المجتمعـات في الـدول المتقدمـة كالـدول الاوروبيـة والولايات المتحدة الامريكية التي ينظر حكامها والشعوب لأستطلاعات الـرأي بشـكل قـوي إيجـابي ويضعون رأي أي مواطن هناك نصب أعينهم عند إتخاذ القرار..

ويري البعض أن حالة الانفجار الاعلامي التـي شـهدها الاعـلام المـرئي الفضـائي، أدت الي عوامـل إيجابية منها نسف جبل الكتمان في المجتمع المصري الذي ظل جاثما طـوال العقـود الماضـية في ظـل حكم العسكريين للبلاد قبل ثورة 25 يناير، إلا أن هذا الانفجار لـيس لـه أدبيـات تحكمـه أو ميثـاق قوي يضبطه، لذا فإن القنوات الفضائية أحيانا تجرب مع المشاهد وأحيانا تجرب عليه، حيث أن هذا الانفجار قد صاحبه رغبة حقيقية لدي الدولة بإحتياجات الرأي العام[13].

## مراجع الفصل الاول


1- محمد الوفائى، مناهج البحث فى الدراسات الاجتماعية والإعلامية، (القـاهرة: مكتبـة الأنجلـو المصرية، 1989).

2- سامى طايع، بحوث الإعلام، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2001).

3- سلوي العوادلي، استطلاعات وبحوث الرأي العام، مذكرات غير منشورة، كلية الاعلام، جامعـة القاهرة، 2004

4- رباب رأفت الجمال، دور المواقع الإخبارية الالكترونية في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا التحول السياسي في مصر للفترة ما بعد ثورة 25 يناير، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر الـ18 لكلية الاعلام جامعة القاهرة (1-3-7-2012)

5- أشرف جلال، دور الشبكات الاجتماعية في تكوين الرأي العام في المجتمع العربي نحو الثورات العربية، دراسة ميدانية مقارنة على الجمهور العربي في (مصر-تونس-ليبيـا- سـوريا- الـيمن )، بحـث مقدم لمؤتمر الـ18 لكلية الاعلام جامعة القاهرة (1-3-7-2012)

6- رباب رأفت، مرجع سابق

7- أشرف جلال، مرجع سابق

8- المرجع السابق نفسه

9- محمد هاشم، حسن نيازي، دور الانترنت في تشكيل اتجاهات وسلوكيات الشباب الجـامعي نحو مرشحي انتخابات الرئاسة المصرية 2012، دراسة منشورة في مؤتمر الــ18 لكليـة الاعـلام جامعـة القاهرة.

10- مني ضياء ومدحت عادل، الاعلام يشوه إستطلاعات الرأي العام، تحقيق منشور في جريـدة اليوم السابع، 10-11-2009

11- المرجع السابق

12- المرجع السابق

13- المرجع السابق

# الفصل الثاني

---

# ماهية الرأي العام

**مقدمة في الرأي العام:**

تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في توعية وتثقيف الجماهير، بما يدور من أحداث ومجريات في مختلف أنحاء العالم، وعلى جميع الأصعدة، ولاشك بعد التطور التكنولوجي الهائل الذي وصلت إليه وسائل الإعلام بدخول الإنترنت والأقمار الصناعية، التي حوّل العالم إلى قرية كونية صغيرة جدا، يتداول سكانها المعلومات والاخبار بسهولة ويسر وبسرعة فائقة، من هنا أصبحت وسائل الإعلام مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بسياسات الدول، بل هي في كثير من الأحيان تمثل منبراً للآراء، تبث من خلاله الحكومات والأحزاب السياسية المختلفة آرائها وأفكارها وتصوراتها لقضايا وأحداث معينة، حتى تستطيع إيصالها للجمهور ومن ثم التأثير على الرأي العام.

كما أن المناخ السياسي السائد يؤدي دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام خاصة في وجود مؤسسات للمجتمع المدني تتيح للرأي العام المشاركة في إتخاذ القرار السياسي، كالأحزاب والجمعيات الأهلية وغيرها من المؤسسات المجتمع المدني.

كما أن طبيعة النظام السياسي القائم وحجم الحرية المتاح للرأي العام وتعدد مؤسسات المشاركة التي تسعى للحصول على تأييد الرأي العام، وعدم وقوع وسائل الإعلام تحت سيطرة الحكومة يتيح هامشاً كبيراً من الحرية، وبسبب ذلك يكون المواطنون على درجة عالية من الوعي السياسي مما يترتب عليه أن يتكون الرأي العام على أساس المناقشات العميقة وفي حرية تامة، كما أنه يتسم بالعمق والاستنارة والعقلانية[1]. وبسبب وجود قنوات اتصال إيجابية بين الرأي العام والحكومة، واستجابة الأخيرة لإتجاهات الأول يكون هناك نوع من الرضى العام مما يساعد على الاستقرار السياسي ويجعل السلطة معبرة عن الإرادة العامة للشعب وممثله له.

وعلى العكس من ذلك ـ في النظم الشمولية ـ أو الأوتقراطية العقائدية تكون حرية الرأي غير متوفرة، ولا توجد تعددية سياسية، وبالأخص في الأحزاب، وإنما هناك حزب واحد يكون له إحتكار السيطرة الكاملة ليس فقط على السلطة السياسية، وإنما أيضاً على أجهزة الاتصال الجماهيرية حيث يتم إستخدامها طبقاً لمسارات فكرية تحددها العقيدة السياسية لغرس الأفكار والآراء في النفوس، ولا يسمح بوجود الرأي الآخر، وبسبب ذلك كله فإنه لا يكون هناك رأي عام معلن ولكنه كامن يخشى التعبير الصريح والظاهر عنه[2]. ولا يمكن إعتبار الرأى العام ظاهرة حديثة طرأت على المجتمع المصرى أو المجتمعات الاخري النامية أو المتقدمة فى العصر الحديث، وإنما هى ظاهرة قديمة للغاية، فقد عرفتها مدن اليونان القديمة وإختبرت سطوتها، وشاع إستخدامها فى العقود الزمنية الفائتة خلال القرن العشرين، حتى أن البعض أطلق على هذا القرن مسمى قرن الرأى العام[3]، حيث تعد هذه الظاهرة من أبرز الظواهر التي تتسم بها المجتمعات المتقدمة والمجتمعات التي تسعي الي تغيير واقعها المرير في الدول النامية ودول العالم الثالث السائرة نحو التقدم والتطوير مثل مصر وتونس وليبيا وموريتانيا واليمن والبحرين والجزائر وغيرها.

بالإضافة إلى وجود عوامل عديدة ساعدت علي أن يزداد نفوذ الرأى العام وبيان أهميته وقوة تأثره فى المجتمع المعاصر[4] مثل نشأة المدن وقيامها، وظهور التجمعات الجماهيرية الكبرى، والتيارات الحزبية والفكرية المختلفة، وقيام العديد من الأحداث الهامة مثل الثورة الصناعية والثورة الفرنسية وقيام النظم الديمقراطية التى ساعدت على بروز الرأى العام، والتوسع فى حق الانتخاب وتحرير المرأة من قيودها وكذلك العبيد والتوسع النسبي في الحريات وإنتشار التعليم والحد من نسبة الأمية على مستوى العالم، ونشوب الحروب الدولية وما ترتب عليها من نشاطات دعائية، والتقدم العلمى فى قياسات الرأى العام وظهور وسائل المواصلات والاتصالات الحديثة مثل شبكة المعلومات الدولية الانترنت والفيس بوك واليوتيوب، والتويتر وغيرها من الوسائل

التفاعلية الحديثة بين الناس التي ساعدت علي قيام العديد من الثورات الشعبية التي أطاحت بالحكام المستبدين مثل الانتفاضة الشعبية في تونس التي أطاحت بالحاكم التونسي زين العابدين بن علي في منتصف يناير 2011 والانتفاضة الشعبية التي قام بها الشعب المصري يوم 25 يناير 2011 التي أطاحت بالرئيس حسني مبارك ونظامه الفاسد، وقيام الثورة الليبية يوم 17 فبراير عام 2012 للمطالبة بإسقاط نظام القذافي الذي ظل 43 عاما يحكم البلاد وإستخدم القذافي فيها الطائرات الحربية لقمع معارضيه وقتل الشعب الليبي الذي خرج في المظاهرات ليعبر عن رأيه ويحدد مصيره وتم له ما أراد وقتل القذافي ونجح في ثورته، والتطور المستمر لهذه الوسائل الاتصالية الحديثة حتى أصبح العالم – وفقاً لرأى عالم الاتصال الكندى مارشال ماك لوهان – قرية عالمية صغيرة جدا، ونحن نراها الأن غرفة صغيرة جدا، يمكن معرفة كل أنباء العالم المختلفة في لحظات قليلة ونحن جالسون في البيت جالسون علي الاريكة أو في المكتب أو في غرف النوم ونحن مستلقين علي ظهورنا دون عناء.

فالكلمة المذاعة تدور حول الكرة الأرضية سبع مرات ونصف فى الثانية، وقد ربطت الأقمار الصناعية العالم وألغت المسافات والحواجز بين الدول تماما فلم يعد المنع أو الحجب للمعلومات يصلح علي الاطلاق في هذا الوقت.

ويتفق الخبراء والمفكرون على أهمية الرأى العام بإعتباره قوة حقيقية شأنه شأن الريح له ضغط وثقل عظيم ولكن لا تراه، وهو كالريح لا تمسك بها ولكنك تنحنى لها الرأس وتطيع، خاصة مع الثورة والتطوير المستمر فى وسائل الاتصال الحديثة والتكنولوجية المتطورة(5).

ولقد أصبح للرأي العام هوية خاصة ومعنى جديد، ينشأ عن الظروف الثقافية والاجتماعية والسياسية للمجتمع الذي يمثله الرأي العام، الأمر الذي دفع بالمحققين

والمفكرين إلى تناول هذا الموضوع ودراسة أبعاده المختلفة وطرح النظريات والرؤى المتنوعة بشأنه.

وعلى الرغم من كون ظاهرة الرأي العام ظاهرة جديدة في هذا عالم، والتي أصبحت بحق تشكل أحد الظواهر التي تؤثر على المسار اليومي للدولة وللظواهر الأمنية المرتبطة بها، إلا أن الأضواء سلطت عليها بإعتبارها علماً مستقلاً في إطار العلوم الاجتماعية ـ السياسية، وذات جذور تاريخية عميقة، جرت الإشارة إليها في الدراسات والأبحاث التي تناولت الديمقراطية لدى الكثير من الحضارات، وأما اليوم فقد تدخلت عوامل ومؤثرات جديدة في هذه الظاهرة وطرحت تعاريف حديثة عنها، وفي طليعة هذه العوامل وأهمها من حيث التأثير عليها، إنتشار وسائل الإعلام والاتصال المختلفة على نطاق واسع جداً، وسهولة الاتصالات وتنوع أجهزتها التي جعلت العالم كله بمثابة بيت أو مبني واحد من حيث سرعة الاتصالات وإنتشار الأخبار، وإرتفاع مستوى التعليم في المجتمع مع إزدياد عدد المتعلمين والمثقفين وتنوع الأساليب التي تبعث الحياة والحركة في المجتمع وفي الأبعاد والمجالات المختلفة[6].

هذه العناصر تمنح المجتمع طاقة جديدة وحركة إجتماعية وسياسية وثقافية تعتبر في حقيقة الأمر إنعكاساً لإرادة أفراد المجتمع، وهي ما يسمونها اليوم بالرأي العام وتوجهاته نحو إتجاه ما. ومن البديهي أنه في الأنظمة القائمة على أساس إرادة وإختيار الشعب وتتبنى مبدأ المشاركة السياسية وتوسيع نطاقها، تتجلى ظاهرة الرأي العام بشكل أكثر شفافية وتكون أكثر جدية، بل أن معظم المفكرين السياسيين يرون أن هذه الظاهرة هي ملك خاص للمجتمعات التي تتمتع بالمشاركة السياسية من قبل جميع الاتجاهات والتيارات.

وعلى الرغم من إننا لا نستطيع أن ننفي وجود الرأي العام في المجتمعات غير الديمقراطية، إلا أن من الواضح أيضا أنه كلما كانت المشاركة الشعبية في الحكم أكثر وأوسع، كان الرأي العام ذا معنى أعمق وحقيقة شاخصة لا يمكن أن ينكر وجودها أحد[7].

وحيث أن ميزة التغير في المجتمعات من الميزات الرئيسية فإن ظاهرة الرأي العام تتغير بأشكال وصور مختلفة تبعاً لهذا التغيير.

وتعد ظاهرة الرأي العام أحد الميادين الرئيسية لعلم السياسة، وعادة ما تدرج ضمن ديناميات الحياة السياسية Political Dynamics ففي مؤتمر دولي نظمته اليونسكو عام 1948 لتحديد موضوعات هذا العلم، تم تحديد الاخير بأربعة موضوعات أو فروع رئيسية هي: النظرية السياسية، والاحزاب السياسية وجماعات المصالح والرأي العام، والعلاقات الدولية.

وتزداد أهمية الرأي العام ودوره سواء في النظم الديموقراطية أو غيرها، مع زيادة أهمية المواطن العادي في عملية صنع السياسة، إذ أن المجتمع السياسي في الواقع المعاصر، وبصرف النظر عن طبيعة نظامه السياسي، يحاول أن يرضي بل وأن يتملق هذا الرجل العادي، مما يجعل الاخير أحد عناصر (مدخلات) عملية صنع السياسة ولو في الامد القصير[8].

**مفهوم الرأي العام**

تتعدد وتتنوع تعريفات ظاهرة الرأي العام نظـرة لأهميتهـا في المجتمعـات البشريـة المختلفـة. حيث يقال في معني الرأي العام بأن هذا الشخص (إرتأَى) الشيءَ: أي أبصره. ويقال: إرتـأَى في الأمـر، وإرتأَى رأيا في الأمر، (الرأْيُ): الاعتقادُ والعقلُ والتدبيرُ والنظرُ والتأمل، ويقال: رأيته رَأْيَ العين: حيث يقع عليه البصر. والرأْي عند (الأصوليين): هو إسـتنباط الأحكـام الشرعيـة في ضـوء قواعـد مقـررة[9]. وعلى هذا الأساس فالرأي العام هو ذلك الرأي الـذي يعـبر عـن أكـبر شريحـة ممكنـة مـن الجماهـير يمكنها التعبير عن نفسها في ضوء معطيات معينة.

ويري الدكتور حامد قويسي بأنه يمكننا فهم "الرأي العام" كمفهوم إجتماعـي يعـبر عـن تشـكل إتجاهات التفكير وإتخاذ المواقف والتعبير، وأيضا كمفهوم سياسي يعكس علاقة المجتمع والدولة.وأنه يمكن فهم الرأي العام من خلال إقترابين[10]:

**الأول:** تمييز مفهوم "الـرأي العـام" عـن المفـاهيم المقاربـة والمشـابهة والمتداخلـة مثـل: الميـول السياسية، والاتجاه السياسي، الموقف السياسي، الحكم السياسي، الحشد العام. وبـالتمييز بـين "الـرأي العام" و"الاتجاهات أو الميول" و"الفعل السياسي" أو السلوك، والأحكـام؛ فـالرأي العـام يختلـف عـن الاتجاه والميل؛ ففي حين يكون الأول معلنا ومعبرا عنه نجد أن الثاني إستجابة داخلية مبكرة.

والرأي دليل على وجود الاتجاه أو الميل، ولكن العكس ليس حتميا؛ فالميل لا يشـترط أن يتحـول إلى رأي يتم الإفصاح عنه؛ فما يميز الرأي العام عـن الـرأي الشـخصي هـو درجـة العمـق والاسـتقرار، والتراكم الجمعي، ثم العلانية.

ووصف "العام" يعني أنه يقوم على أساس قضية معينة تخضع للنقاش العقلاني، في حين أن مفهوم الحشد الجماهيري يتميز بوحدة التجربـة الوجدانيـة، لكنهـا قـد تكـون

ظرفية وعشوائية، أو تكون من جهة أخرى موجهة وغير حرة أو عقلانية؛ كما في نماذج "التعبئة السياسية" في النظم السياسية السلطوية.

ويصبح السؤال هو: كيف يمكن ضمان إستقلال الرأي العام عبر عملية تشكلٍّ مدنية، ترتبط بنمو الحركات الاجتماعية وفاعليتها؟ وعبر توظيف ما تقدمه ثورة الاتصالات والمعلوماتية والاستفادة منها في فهم ما يجري في السياسات العالمية، وأيضا إستكشاف كيف يمكن - رغم هذه الإمكانات الاتصالية- أن تفلح دولة ما في خلق نوع من "الحشد الجماهيري" لتأييد العمل العسكري في السياسة الخارجية كأسلوب للتعامل مع الأزمات ولزيادة التأييد السياسي، وزيادة فرص الفوز في الانتخابات، في حين يتسم النظام السياسي بالليبرالية، وهي من تحديات فهم كيفية تطور وتشكل الرأي العام بشكل معقد ومركب.

الثاني: يعتبر مفهوم الرأي العام من المفاهيم المتعددة والمتنوعة في الاتجاهات حيث أن قبول وجهة نظر واحدة من بين وجهتي نظر متعارضتين أو وجهات نظر كثيرة متعارضة، على حين أن كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها العقل الرشيد بوصفها وجهة النظر الوحيدة الصادقة والتعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التأثير السلبي أو الإيجابي على الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ[11].

ويعرف البعض الرأي العام علي أنه حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية[12].

والرأي العام أيضا هو الرأي الغالب أو الاعتقاد السائد أو إجماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر أو ظاهرة أو قضية أو

موضوع معين يدور حوله الجدل، وهذا الاجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الـذي يتعلـق به[13].

والرأي العام هو مجموع معين من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عـن مواقـف مجموعـة أو عـدة مجموعات إجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحيـاة الاجتماعيـة، إزاء نشـاط الطبقـات والأفـراد، وهو كذلك وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين في وقـت معـين إزاء موقـف أو مشـكلة من المشكلات[14].

والرأي العام هو إتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين حين يكون هؤلاء الناس أعضـاء في نفس الجماعة المعينة، وهو الرأي الذي ينتج عـن المـؤثرات وردود الأفعـال المتبادلـة بـين أفـراد أيـة جماعة كبيرة من الناس، كما يعرف بأنه إصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموعة الآراء التي يدين بهـا الناس إزاء المسائل التي تؤثر في مصالحهم العامة والخاصة[15].

**ومن التعريفات الأجنبية والعربية للرأى العام منها:**

تعريف "جلت"، وهو أحد علماء الرأى العام الأجانب الذى ذهب على أنه فهم معين للمصـالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة[16].

وهذا التعريف يقف عند مرحلة الفهم فقط وليس إبداء الرأى وظهـور إتجاهـات معينـة لـدى الجماهير تحدد ما تريده بالضبط. علاوة على أنه مفهوم يتصف بالعمومية.

وهناك تعريف "بونج" للرأى العام عـلى أنـه الحكـم الاجتماعـى لجماعـة ذات وعـى ذاتى عـلى موضوع ذى أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة. وهذا التعريـف ينقصـه الوضـوح والتحديـد ولا يعطى تعريفاً شاملاً للرأى العام[17].

كما يعرف "أولبورت فلويد" الرأى العام على أنـه تعبـير جمـع كبـير مـن الأفـراد عـن آرائهـم فى موقف معين، إما من تلقاء أنفسهم أو بناء على دعوة توجه إلـيهم تعبـيراً مؤيـداً أو معارضـاً لمسـألة معينة أو شخص معين أو إقتراح ذى أهمية واسعة بحيث تكن نسبة المؤيدين أو المعارضـين، ودرجـة إقتناعهم وثباتهم وإستمرارهم كافية لاحتمال ممارسة التأثير على اتخاذ إجراء معين بطرق مباشرة أو غير مباشرة تجاه الموضوع الذى هم بصدده[18].

ويري مختار التهامى أن الرأي العام هو: "الرأى السائد بين أغلبية الشعب الواعية فى فترة معينة نحو قضية معينـة أو أكـثر يحتـدم حولهـا الجـدل والنقـاش وتمـس مصـالح هـذه الأغلبيـة أو قيمهـا الإنسانية مساً مباشراً[19]".

ويقصد الدكتور تهامى فى تعريفه السابق بأغلبية الشعب أى أن الرأى الذى ينبغى أن يؤخـذ فى الاعتبار هو رأى الأغلبية، ولن يقلل من أهمية هـذا الـرأى وجـود آراء مخالفـة لـبعض الفئـات ذات المصالح المغايرة لمصالح الأغلبية.

ويعرف الدكتور محمد عبد القادر حاتم الرأى العام على أنه: الحكم الذى تصل إليه الجماعة فى قضية ما ذات إعتبار ما. ويأخذ الدكتور عاطف عدلى العبـد عـلى هـذا التعريـف أن الحكـم مرحلـة تالية للرأى العام اليومى الذى لا يصل إلى درجة الحكـم[20]، والـرأي العـام – كـما يـري الـبعض مـن الخبراء - يعني قبول وجهة نظر واحـدة مـن بـين وجهتـي نظـر متعارضـتين أو وجهـات نظـر كثـيرة متعارضة على حين أن كل واحدة منها تصلح لأن يتقبلها العقل الرشيد بوصفها وجهة النظر الوحيدة الصادقة والتعبير عن آراء جماعة من الأشخاص إزاء قضايا، مسائل أو مقترحات معينة تهمهم، سـواء أكانوا مؤيدين أو معارضين لها، بحيث يؤدي موقفهم بالضرورة إلى التـأثير السـلبي أو الإيجـابي عـلى الأحداث بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في لحظة معينة من التاريخ[21].

كما يعني الرأي العام حكم عقلي يصدر عـن جمهـور مـن النـاس يشـتركون بالشـعور بـالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف أو سلوك من السلوكيات أو مسـألة مـن المسـائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

ويعني الرأي العام أيضا الرأي الغالب أو الاعتقاد السـائد أو إجـماع الآراء أو الاتفـاق الجماعـي لدى غالبية فئات الشعب أو الجمهور تجاه أمر ما أو ظاهرة أو قضية أو موضوع معين يـدور حولـه الجدل، وهذا الاجماع له قوة وتأثيرعلى القضية أو الموضوع الذي يتعلق به[22].

ويري البعض أن الرأي العام يعبر عن إتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معـين حـين يكـون هؤلاء الناس أعضاء في نفس الجماعة المعينة، وهـو الـرأي الـذي ينـتج عـن المـؤثرات وردود الأفعـال المتبادلة بين أفراد أية جماعة كبيرة من الناس[23].

بينما يشير الرأي العام في الإسلام إلى إتجاهات جماهير المسلمين نحو قضية تهم هذه الجماهـير في وقت ومجتمع معين بعد مشاورة وحوار ونقاش يحكمه كتاب اللـه وسنة رسوله[24].

لذا فهناك إتفاق إلى حد كبير بين علماء السياسة والاجتماع والاقتصاد وعلـم الـنفس الاجتماعـى والاتصال على أهمية وجود الرأى العام فى المجتمع، مع التسليم بأن حق الانسان في التعبير عن رأيـه بحرية تامة من حقوق الانسان الطبيعية التي منحه اللـه إياها ومن ثم لا يمكن لأي أحد أن ينتـزع هذا الحق منه.

و بعد هذه التعريفات المختلفة للرأي العام، نحن نرى أن الرأى العام هو الرأى الذى يسـتحوذ على قبول أراء أغلبية أفراد المجتمع على إختلاف أطيافهم ومستوياتهم العمرية والتعليمية والثقافية والدينية داخل الدولة، تجاه قضية معينة تمس مصالحهم بصورة مباشرة أو غير مباشرة خلال فـترة أو فترات معينة من الزمن.

شهد النصف الثاني من القرن التاسع عشر تطورات عديدة في شتي مجالات الحياة الاجتماعية في أوروبا نتج عنها أن أصبح الرأي العام صاحب السلطة الحقيقية، ومن هذه التطورات الثورة الصناعية والنمو والتضخم السكاني في شتي بقاع العالم، والتقدم العلمي والتكنولوجي، وإرتفاع مستوي التعليم، وزيادة الحراك الاجتماعي بين الطبقات والشعوب، والانفتاح علي العالم نتيجة إستخدام وسائل الاعلام وإنتشارها، الامر الذي جعل هناك مساهمات للشعوب في إتخاذ القرارات التي تخصها أو ترتبط بمصيرها في تزايد مستمر، وأصبحت السلطة في يد الرأي العام يمنحها ويسلبها من ما يري[25].

وعلي الرغم من حاجة كل النظم السياسة الي قوة وتأييد الرأي العام إلا أنه من المتعارف عليه أنه كلما زادت جرعة أو حجم الديمقراطية داخل النظام السياسي للمجتمع، زادت درجة حاجته وإعتماده علي الرأي العام، ففي المجتمع الديمقراطي نجد الاعتماد الكلي علي عمليات إستخدام مستمرة للمعلومات والافكار التي ترد إليه من بيئته المحلية والخارجية، وذلك داخل أجهزة صنع القرار، حيث تعتبر هذه المعلومات أحد المدخلات الاساسية للنظام وتعبرعن مطالب وإهتمامات ومساندات الرأي العام، وبعد الوصول الي القرار وإتخاذه، يتم نقله الي من سيتعاملون مع القرار وينتظر أن يستجيبوا له، وفي المقابل فإن النظم غير الديموقراطية مثل الدول النامية ودول العالم الثالث التي تعكس مطالب وإهتمامات الرأي العام وفقا لذلك، فالنظام السياسي يشمل التفاعلات التي تتم بين السلطة السياسية والمواطنين وتسمح بصنع القرارات التي يقوم المواطنين بتنفيذها، وذلك كله في إطار مجموعة من القواعد والاجراءات والمؤسسات والفلسفات التي تحكم عمل الطرفين[26].

ولذلك فإن الرأي العام ظاهرة قائمة في كل المجتمعات علي الرغم من إختلاف طبيعة ودرجة فعالية الرأي تبعا لأيديولوجية النظام القائم وتوجهاته، فمن غير وجود

هذه الظاهرة والاعتراف بقوتها وسطوتها، ما سعت كل الحكومات بإختلاف أنظمتها الي معرفة توجهات الرأي العام ومدي قوته.

كما أن قياسات الرأي العام في الدول الديمقراطية تلعب دورا هاما في رسم بعض السياسات أو تعديلها أو ربما إلغائها، وتهتم وسائل الاعلام بهذه العمليات فتسلط عليها الاضواء، وتأتي بكبار المحللين لشرح نتائجها، وتتصدر هذه التحليلات نشرات الاخبار في الوسائل المرئية والمسموعة والمقروءة كما في الصفحات الاولي من الصحف.

يضاف الي ذلك أن أهمية الرأي العام للنظم السياسية أدت الي قيام مراكز متخصصة لقياسه خاصة في الدول الديمقراطية، حيث يوجد بكل مركز قسم خاص يعرف بقسم الرأي العام في كل وقت إزاء مختلف القضايا وإستخلاص نتائجها وتحليل مؤشراتها ودلالاتها وفق قواعد معينة. وعلي الرغم من الاهتمام العالمي بقياس الرأي العام إلا أن مصر كانت تخلو حتى وقت قريب من تلك المراكز المتخصصة نظرا لقلة الوعي بأهميته ولظروف تاريخية وحضارية[27].

بالاضافة الي أن تقنين العلاقة بين الرأي العام وصانعي القرارات يؤدي الي خلق التفاعل الطبيعي بين إهتمامات وقضايا الرأي العام وقرارات السلطة السياسية، الامر الذي يضمن الحفاظ علي الاستقرار السياسي والاجتماعي من ناحية وإحداث التغيرات المجتمعية من ناحية أخري.

وبداية من النصف الاول من القرن التاسع عشر، بدأت تتبلور قوة وأهمية الرأي العام، ولم يستطع مؤرخ أو باحث أن يتجاهل وجود قوة سياسية وإجتماعية تدعي الرأي العام سواء كان يقرها أو ينكرها، لذلك فالرأي العام قد نجده في داخل دائرة إهتمام جميع التخصصات، مثل السياسة والاقتصاد والنواحي الاجتماعية والنفسية وعلماء المناهج... الخ، كل له إسهاماته ووجه نظرة في تلك الظاهرة، مما أوجد

تعارضا في بعض الاحيان في حصيلة النتائج التي تسفر عنها الدراسات في كل مجال[28]، ونظرا لإختلاف الانتماءات التخصصية والاتجاهات الايديولوجية، إلا أن هذا التعدد والتعارض، أدي في الوقت نفسه الي إعطاء صور متنوعة ومتكاملة للظاهرة، وأتاح فرصة التمايز والتنوع بين النتائج مما أدي الي الوقوف علي كافة المتغيرات والعوامل المؤثرة في الرأي العام.

### وظائف الرأي العام

تتعدد وتتنوع الوظائف التي يقوم بها الرأي العام داخل المجتمع وهناك أعباء ووظائف كثيرة تقع على عاتق الرأي العام ويتكفل بها ومن هذه الأعباء والوظائف نذكر منها الأتي:

**1- الرأي العام مرآة تعكس أخلاق المجتمع وأفعاله:**

يعد الرأي العام – بحق- المرآة التي تنعكس من خلالها قيم المجتمع وسلوكيات أفراده وأخلاقياته ومثله، وهذه المسؤولية يتكفل بأعباءها الرأي العام في كل مجتمع.

يقول "ماكد وجال" في ذلك: (إن الرأي العام هو أحد العوامل الأربعة الكبرى التي تحمل المثل الخلقية بجانب):

**أ: القوة**

**ب: العادات والتقاليد**

**ج: العقل**

والرأي العام يعتبر بهذا أقوى سند للأخلاق، والدعامة التي يمكن أن تحتمي بها المثل والأخلاق في المجتمع، إذ أن الرأي العام سيرفض بلا شك ـ أي تصرف لا أخلاقي يمكن أن يصدر من قبل أي فرد من أفراد المجتمع، كما أن الرأي العام سوف يضع في الدائرة الحمراء من ينتهك المثل الأخلاقية للمجتمع الإسلامي فيكون ذلك الفرد بمعزل عن المجتمع[29].

وقد تجلت آثار هذا الأمر في المقاطعة الاجتماعية التي أمر بها الرسول (صلى الله عليه وسلم) لأولئك الذين تخلفوا عن الجهاد مع رسول الله (صلى الله عليه وسلم) في إحدى غزواته حين صاروا

درساً لكل من تسول له نفسه مخالفة القيم الإسلامية، فقد وصف القرآن الكريم الحالة النفسية المتردية التي كان يعيشها أولئك المتخلفون جراء مقاطعة المجتمع لهم قائلاً:

(حتى إذا ضاقت عليهم الأرض بما رحبت وضاقت عليهم أنفسهم..).

فكان الرأي العام إذن وسيلة رادعة لكل من يحاول مخالفة القيم الإسلامية وتجاوزها ولكنه ليس من نوع تلك الوسائل والسبل العقابية التي تستخدم في ردع المخالفين وكفهم عن غيهم، وإنما يعد وسيلة سلمية يلتجئ إليها الإسلام تجاه مخالفيه. وهذا يرد زعم البعض من أن الدين الإسلامي الحنيف هو دين العنف، دين العصا الغليظة إزاء من يخالف أحكامه.

كما ورد في الحديث الشريف عن رسول الله (ص) قوله:

(من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان). صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم.

**2- دعم الهيئات والمنشآت الاجتماعية والاقتصادية:**

أما الوظيفة الثانية التي يتكفل بها الرأي العام فهي دعم الهيئات والمنشآت الاجتماعية والاقتصادية، فمن المعروف أن الهيئات والمنشآت المتقدمة الذكر لم تكن قد أسست لنفسها وإنما كان الغرض من تأسيسها واقامتها هو المجتمع الذي ما لم تحصل على تأييده مادياً ـ بالنسبة للمنشآت الاقتصادية ـ ومعنوياً ـ بالنسبة للهيئات الاجتماعية فسوف لن يكتب لها الاستمرار.

فالمنشأة التي لا يسندها الرأي العام يصعب عليها أن تحصل على ما تريد من الدعم المالي والأدبي الذي يؤيده الرأي العام.

### 3- دعم الجماهير معنوياً وبث النشاط والحيوية فيها:

فالحفاظ على الروح المعنوية من الأدوار الرئيسية المنوطة بالرأي العام، وكلما كان تأييد الرأي العام لقيم الجماعة قوياً، خلق في تلك الجماعة روحاً معنوية عالية، بخلاف ما لو كان تأييد الرأي العام لقيم الجماعة تاييداً ضعيفاً، أو فيما لو أنقسم الرأي العام على نفسه إلى رأيين عامين يناقض أحدهما الآخر أو يضاده فإن الروح المعنوية ستكون بلا أدنى شك ضعيفة ومتدنية.

إذن فتأييد الرأي العام أمر أساسي إذا أريد أن تكون هناك روح معنوية عالية ومما يقوي الروح المعنوية في الشعب الاتفاق على الأهداف، والعزم الأكيد على تحقيقها.

هذا بالنسبة للرأي العام بصورة عامة، ولم يكن الإسلام قد جاء بخلاف هذا فيما يخص دور الرأي العام في تقوية الروح المعنوية للجماعة.

كما ورد عن رسول الله (ص) قوله: (المسلم للمسلم كالبنيان المرصوص يشد بعضه بعضاً). ومن المعلوم أن الأنظمة البشرية تعتبر رأي الأغلبية محوراً ومقياساً تعرف من خلاله الخطأ من الصواب، وتميز بين الحق والباطل، فهل يتخذ الدين الإسلامي من رأي الأغلبية مقياساً للحق كذلك كما هو الحال في الأنظمة البشرية أم انه يختلف معها في ذلك؟ مجرد سؤال. والاجابة عليها قد تكون:

إذن فالرأي العام ليس هو المقياس للحق دائماً، بل يعد مقياساً ما دام لم يجانب ويخالف تلك المصادر، أما لو خالفها فلا قيمة له في الإسلام[30].

فالبشر قابل للخطأ وتتحكم في آراءه ومواقفه الظروف المختلفة الذاتية والاجتماعية.

**الرأي العام ودوره في مراقبة الحكام:**

يقوم الرأي العام في العصر الحديث بدورهام - طوال الوقت – بمراقبة سلوكيات الحكام وأفعاله حيال كافة القضايا المجتمعية الداخلية والخارجية من خلال المجالس التشريعية والنيابية وسائل الاعلام المختلفة. وان كان ذلك يحدث في المجتمعات المتقدمة فقط، بينما هذا الدور لم يتضح بعد في المجتمعات النامية. ففي مصر مثلا نجد المجالس التشريعية والنيابية والمحلية كان يسيطر عليها الحزب الوطني الذي يترأسه رئيس الدولة حسني مبارك منذ 30 عاما ووسائل الاعلام الكبري تقع تحت سيطرته، حيث أن وزير الاعلام يتم إختياره من قبل الرئيس وكذلك باقية الوزاراء ورؤساء تحرير الصحف الحكومية التي تمتلكها الدولة عبر مجلس الشوري، وهذا الامر تغير الي حد كبير بعد ثورة 25 يناير التي أطاحت بمبارك ومعظم أفراد نظامه البائد.

ولقد مارس الرأي العام دوره في مراقبة الحكام في صدر الإسلام، ولقد كان الرسول (ص)ـ كثيراً ما يحث المسلمين على ممارسة دورهم في مراقبة الحكام وابداء الرأي في القضايا التي تهم المسلمين، وليس ذلك إلاّ درس عملي يعلم المسلمين من خلاله ضرورة مراقبة الحاكم، وإلا فالرسول (ص) لم يكن بحاجة إلى من يراقبه وهو الذي يقول عنه كتاب الله:

(وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحي يوحى)، سورة النجم الآّيات رقم**(3)،(4).**

فإذا (ما راجعنا كتب السيرة لرأينا أن سيرة الرسول المقدسة مليئة بالشواهد الدالة على تأييده ودعمه (ص) لمبدأ الشورى والعمل به فكثيراً ما كان يردد على أصحابه قوله: (أشيروا علي أصحابي).

ففي غزوة أحد مثلاً كان رأي الرسول(ص) وجماعة من أصحابه هو البقاء في المدينة المنورة وعدم الخروج منها، ورغم أن النتائج أسفرت فيما بعد عن صحة وسداد

رأي الرسول (ص)، ولكن بما أن آراء الأكثرية إستقرت على الخروج فقد وافقهم الرسول (ص) على ما أرادوه وتحمل من أجل ذلك ما تحمل من المصائب الجليلة.

لذلك فإن السكوت إزاء ما يقوم به الحكام على فرض إنتهاجهم سلوكيات خاطئة لا يخلف غير تمادي الحاكم الظالم في غيه، وطغيانه بخلاف ما لو مارس الرأي العام دوره في الضغط على الحاكم لتعديل سلوكه[31].

**أنواع الرأي العام:**

تتعدد أنواع الرأى العام فيما يلي[32]:

**أولاً: الرأى العام من حيث عمق التأثير والتأثر:**

ويقسم البعض الرأى العام حسب عمق التأثير والتأثر إلى:

**1- الرأى العام القائد أو المسيطر:**

ويتولى هذا الرأى داخل المجتمع وظيفة القائد الذى يقود ويثقف ويوجّه ويرّشد الناس، ويتكون من صفوة القوم من المتعلمين والمثقفين.

مثل: الصحفيون والاعلاميون والكتاب والسياسيون وأساتذة الجامعات والعلماء... وهؤلاء لهم أهداف معينة يحرصون على إقناع الشعب بها ويبذلون فى سبيل ذلك جهداً ليس فى سبيل أو مقدور المواطن العادى بذله بما لهم من قدرة على الإقناع والتأثير.

**2- الرأى العام القارئ أو المثقف:**

وهو الرأى الذى يمثله أنصاف المتعلمين والمثقفين، وهو رأى يؤثر فيما هو أقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم ويتأثر بوسائل الإعلام والدعاية بدرجات متفاوتة حسب مستوى نضجه.

**مثال:** الحاصلون على شهادات متوسطة أو تعليم متوسط ورجل الشارع وقارئ الصحف الذين يجمعون من المعلومات والآراء ما يمكنهم من فهم وسائل الإعلام.

**3- الرأى العام المنقاد:**

يتكون هذا الرأى من السواد الأعظم من الشعب الغير قادرين على مواصلة الإطلاع والبحث ومعرفة الأحداث وأصحاب هذا الرأى ينقادون لما يوجهه لهم أفراد الرأى المستنير والرأى العام القارئ، وتؤثر فيه وسائل الإعلام والدعاية، ويتقبل الشائعات. ويتشكل عادة هذا النوع من الأكثرية من الشعب التى نالت حظاً قليلاً من التعليم والثقافة. ويؤمنون بكل ما يذاع ويعرض فى وسائل الاتصال العامة المقروءة والمسموعة والمرئية والإليكترونية مثل المدونات والفيس بوك على الإنترنت والمواقع الإخبارية على النت.

**ثانياً: الرأى العام من حيث عنصر الزمن:**

ويقسم إلى:

**1- الرأى العام الدائم:**

هو الرأى الذى يرتكز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويشترك فيه السواد الأعظم من الأمة، حيث يتصل إتصالاً قوياً بالأشياء الثابتة فى الأمة كالدين والأخلاق والتقاليد. ولا تؤثر فى هذا الرأى الاحداث الجارية أو الظروف الطارئة إلا نادراً لأنه وليد التفاعل بين الفرد ومقومات الجماعة والمجتمع.

**2- الرأى العام المؤقت:**

وهو الرأى الذى يتشكل بصورة مؤقتة حسب ظروف وأحوال معينة وينتهى بإنتهاء هذه الظروف والأحوال. **مثال**: الرأى الذى تمثله الأحزاب السياسية، والهيئات الخاصة ذات البرامج المحددة والأهداف المعينة.

**3- الرأى العام اليومى أو المتقلب:**

وهو الرأى الذى يتشكل بصورة يومية، وتعيش عليه الصحف اليومية حيث يتأثر بالأحداث اليومية أكثر من غيره.

**مثال:** تعيش الصحافة الإخبارية المثيرة على الرأى العام اليومى، فهى تتلقف الأحداث اليومية وتجعل منها العناوين العريضة الضخمة بعرض الصحيفة لجذب القراء.

**ثالثاً: الرأى العام حسب أنواعه :**

وينقسم إلى:

**1- الرأى الشخصى:**

وهو الرأى الذى يكوّنه الفرد لنفسه طبقاً لدرجة ثقافته وخبراته وتفاعله وإتصاله مع المجتمع. وهو الذى يعبر عن وجهة نظره دون أن يخشى من الجهر به شيئاً، كأن يشارك به فى مؤتمر أو ندوة ما.

**2- الرأى الخاص:**

وهو رأى الفرد أيضاً ولكنه يريد أن يحتفظ به لنفسه ولا يبوح به خشية تعريض نفسه للضرر. ويستخدمه فى التصويت السرى فقط.

**رابعاً: الرأى العام من حيث التقسيم الكمى:**

وينقسم إلى:

**1- رأى الأغلبية:** وهذا الرأى يمثل رأى أكثر من نصف الجماعة.

**2- رأى الأقلية:** وهذا الرأى الذي يقل عن نصف الجماعة.

**3- الرأى الساحق:** وهذا الرأى يمثل حالة من الاتفاق تصل إليها الجماعة أو أكثريتها الساحقة وهو ليس رأى الأغلبية، إنما رأى قريب من الإجماع، حيث يقترب من التقاليد والعرف والعادات الاجتماعية.

**4- الرأى الإئتلافى:** وهو رأى جملة من الأقليات المختلفة فى اتجاهات والتى تجمعت لتحقيق هدف معين تحت ظروف خاصة.

**خامساً: الرأى العام من حيث التواجد:**

وينقسم إلى:

**1- رأى عام موجود بالفعل:** هو الرأى العام الموجود نتيجة لبعض الأحداث تظهر آثاره فى التعليقات والمناقشات.

**مثال:** الندوات والمناقشات والمؤتمرات والمناظرات التى تجرى بين المرشحين.

**2- رأى عام متوقع وجوده :**

وهذا الرأى لم يكن موجوداً أصلاً ولكن يتوقع وجوده عقب بعض الأحداث أو المشاكل. حيث تلعب مراكز بحوث الرأى العام دوراً هاماً فى التبنؤ بالرأى العام المتوقع خاصة فى الدول المتقدمة الديمقراطية.

**مثال:** تزوير الانتخابات العامة كما حدث في تزوير إنتخابات برلمان 2010 في مصر،

**ومثال آخر:** ظاهرة التعذيب فى السجون، ومثل: الاعتداء الاسرائيلي علي الفلسطينيين

**سادساً: الرأى العام من حيث درجة الظهور:**

وينقسم إلى:

**1- الرأى العام الظاهر:** وهو الرأى العام المعبر عنه، ويظهر فقط فى الدول الديمقراطية حيث يتمتع مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم.

**2-الرأى العام الكامن:**

وهو الرأى غير الظاهر ومن ثم غير المعبر عنه ويظهر فقط فى دول الحكم الديكتاتورى. مثل: معظم الدول العربية والافريقية.

وهذا الرأى قد يتحول إلى ظاهر فى الحالات التالية:

أ- إزدياد إتجاه الناس نحو قضية معينة لا يمكن كتمانها، هنا يظهر الرأى العام وينطلق استجابة للعامل السيكولوجى لديهم.

**مثال**: إنتفاضة الجماهير عام 1977 ضد النظام الحاكم بسبب إرتفاع سعر رغيف العيش قرش صاغ، وأطلق عليها إنتفاضة الحرامية فى عهد الرئيس الراحل محمد أنور السادات.

ب- رفع الموانع الاجتماعية أو القانونية التى كانت تحول دون التعبير عن الرأي مثل: موافقة الحكومة والرقابة على ظهور آراء معينة لم يكن يتاح لها الظهور من قبل.

**مثال**: إنتقاد رئيس الجمهورية فى الصحف والمجلات وعلى شاشات الفضائيات فى مصر فى عهد الرئيس مبارك لم يكن متاحاً فى عهد الرئيس عبد الناصر والسادات.

**سابعاً:** الرأى العام من حيث النطاق الجغرافى:

وينقسم إلى:

**1- الرأى العام المحلى:** وهو الرأى السائد فى شارع أو قرية أو مدينة أو ولاية أو محافظة ما مثل رأي محافظة الاسكندرية أو شارع الملك فيصل في الجيزة.

**2- الرأى العام الوطنى أو القومى:** وهو الرأى الذى يرتبط بالوطن أو الدولة الكائن بها، وتستند إلى السلطة القائمة مثل الرأي المصري في قضية الوحدة الوطنية.

**3- الرأى العام الإقليمى:** وهو الرأى السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافياً فى فترة معينة نحو قضية أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش.

**مثال**: الرأى العام الأفريقى، الرأى العام الأسيوى، الرأى العام الخليجى، الرأى العام الأوروبى.

**4- الرأى العام العالمى:** وهو الرأى السائد بين أغلبية شعوب العالم فى فترة معينة نحو قضية معينة.

**مثال:** رأى مجموعة شعوب الدول الاشتراكية، رأى مجموعة شعوب الدول الرأسمالية، مثل رأي دول مجلس الامن. لذلك فهو رأى شعوب وليس رأى حكومات.

وزادت أهمية الرأى العام العالمى بعد إنتشار وسائل الاتصال الحديثة والبت المباشر بالأقمار الصناعية والدعاية المبتكرة التى لجأت إليها الدول المتحاربة، بين الحربين العالميتين اللتين شهدهما القرن العشرين.

لذلك كلما زاد عدد الشعوب المتحررة من نير الاستعمار إزداد الرأى العام العالمى قوة وتأثيراً وفعالية.

وهناك عدة تصنيفات أخري للرأي العام أهمها:

- الرأي العام المسيطر وهو رأي القادة والزعماء والحكومات.

- الرأي المنقاد وهو رأي السواد الأعظم من الناس.

- الرأي العام المستنير وهو رأي الطبقة المثقفة في المجتمع.

وهناك مفهوم "قادة الرأي العام" بوصفه إطارا تحليليا متسعا يشمل أولئك الذين في مقدرتهم التأثير في آراء الآخرين أو تغيير رؤيتهم للقضايا المختلفة بإعتبارها عملية تتكون من عدة مراحل متواصلة يكمل بعضها البعض الآخر: (المشكلة، والاقتراحات والحلول)، ومراحل تتطور من "الرأي" حتى نصل إلى القرار السياسي الذي هو محط إهتمام التحليلات السياسية باعتباره أرقى أشكال التعبير السياسي الجماهيري.

## مراجع الفصل الثاني

1- ناهد صالح، الموضوعية والتحيز في قياس الرأي العام. التصميم والاختيار المتميز لعينات الرأي العام، (القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثالث والثلاثون. العددان الأول والثاني، يناير ـ مايو 1996) ص 164.

2- فاروق يوسف أحمد. الرأي العام والعلاقات العامة والاتصال بالجماهير. (القاهرة: مكتبة عين شمس 1988)، ص 72: 75.

3- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، (القاهرة، دار الفكر العربي، 2005).

4- محمد عبد القادر حاتم، ديموقراطية الاعلام والاتصال (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1996).

5- محمد عبد القادر حاتم، الاعلام في القران الكريم، (القاهرة: مكتبة الاسرة، 1998).

6- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2009).

7- المرجع السابق نفسه.

8- عاطف العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

9- محمد عبد القادر حاتم، الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق.

10- أحمد بدر، الرأي العام، مرجع سابق.

11- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، (القاهرة: مكتبة الأنجلو، 1969).

12- إسماعيل على سعد، الاتصال والرأى العام، مبحث فى القوة والأيديولوجية، (الاسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1979).

13- المرجع السابق نفسه.

14- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

15- إبراهيم إمام، الاعلام والاتصال بالجماهير، مرجع سابق.

16- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.

17- مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الاليكترونية في الرأي العام، ورقة مقدمة لمؤتمر القاهرة لأمن المعلومات، (القاهرة: 2-2008/6/4).

18- المرجع السابق نفسه.

19- المرجع السابق نفسه.

20- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.

21- أحمد أبو المجد، البحث الاجتماعى، (سرس الليان: مركز التربية الأساسية فى العالم العربى، 1959).

22- مراد بن علي زريقات، تأثير وسائل الاتصال الاليكترونية في الرأي العام، مرجع سابق.

23- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال والاعلام، مرجع سابق.

24- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

25- أحمد بدر، أصول البحث العلمى ومناهجه (الكويت: وكالة المطبوعات، 1982).

26- المرجع السابق نفسه.

27- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاعلام والاتصال، مرجع سابق.

28- أحمد بدر، الرأي العام: طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة، مكتبة غريب، القاهرة، 1977.

29 - جمال مجاهد، مرجع سابق.

30- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.

31- إبراهيم أمام، مرجع سابق.

32- عاطف عدلي العبد، مرجع سابق.

# الفصل الثالث

-------------

# مقومات الرأي العام

يؤكد الخبراء أن الرأي العام في أي بلد من البلدان له مقومات مستمدة من تاريخه وظروفه البيئية المتنوعة[1] ومعرفة هذه المقومات تساعد على إستنباط الاتجاهات المحتملة للرأى العام بالنسبة لموضوع معين، وتمكن من التنبؤ بالاتجاهات المحتملة عند طرح موضوع ما، وتحدد الدور الذى ينبغى أن تقوم به وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية والشعبية حيالها وأهم هذه المقومات[2]:

**1- العادات والتقاليد والقيم المتوازنة:**

تعكس العادات والتقاليد والقيم المتوازنة طبيعة النظام الاجتماعى السائد فى مجتمع من المجتمعات، ويزداد التمسك بالتقاليد فى المجمعات البدائية والمتخلفة والفقيرة.

حيث تتقبل الشعوب عادة معتقداتها المتوارثة بخيرها وشرها على أساس أنها حقائق وبديهيات لا تقبل الجدل أو إبداء الرأى، وقد تشمل هذه المعتقدات نواحى أخلاقية وإجتماعية كانت مثار جدل فى أزمنة سابقة ثم إنتهت إلى الصورة التى تقبلها الجميع، فدخلت طور المعتقدات والأخلاقيات والسلوك والتقاليد المتوارثة.

ويعتبر التراث الحضارى والثقافى لكل أمة من أهم العوامل التى تؤثر فى تكوين الرأى وتشكيله.

ويطالب المفكر الإعلامى مختار التهامى بعدم الخلط فى دراستنا للرأى العام بين هذه المعتقدات والقيم المتوارثة الجامدة، وبين الرأى العام، فالرأى العام يدور حول مسائل موضع جدل ونقاش بعكس المعتقدات العامة التى رسخت عبر العصور فى أذهان الجماهير ولم تعد مثار نقاش عام.

وفى العصر الحديث يلاحظ أن ميدان المعتقدات والتقاليد المسلم بها قد ضاق بينما اتسعت دائرة الرأى العام وشملت كثيراً من الأمور التى كانت محرمة على

النقاش مثل سفور المرأة وتعليمها وذلك نتيجة لتطور وسائل المواصلات والاتصال ووسائل الإعلام – خاصة الفضائيات – التى مكنت الناس من الاطلاع على معتقدات الشعوب المختلفة وأخلاقياتها وتقاليدها بما فيها من تناقض وتصارع أحياناً.

بالرغم أن القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة لا تعتبر من قبل الآراء العامة، إلا أن لها – وخاصة العادات السيئة منها – تأثيراً كبيراً جداً وبالغ الخطورة على الرأى العام.

ذلك أن الفرد فى كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات فى تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، فقد يؤيد الرأى العام – فى دولة ما – سلوكاً معيناً وفى مسألة معينة، كما قد يعارضه في مسألة إخري وفى ذلك يقال مثلاً أن الرأى العام ضد هذا السلوك.

وقد يعنى ذلك أن هذه المعارضة الظاهرة أو الكامنة لا تتفق وعادات المجتمع.

فالفرد فى كثير من الحالات يستلّهم هذه القيم والعادات فى تكوينه لرأيه حول بعض المسائل الحالية المطروحة للمناقشة، بل إن هناك بعض الجهات التى تتقن إستغلال هذه القيم والعادات لتوجيه الرأى العام وتوجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها وخاصة فى المجتمعات القليلة الحظ من التعليم والثقافة.

كما أن وسائل الإعلام مسئولة عن دحض هذه العادات والتقاليد وإقتلاعها من جذورها، وشرح سياسة الحكومة حيالها والملابسات المتباينة التى تمس مصالح الجماهير من قريب وتحتم الإقلاع عن هذه العادات والتقاليد البالية والترويج للقيم والعادات المفيدة مثل قيمة العمل وقيمة الادخار ومواجهة بعض الجهات ذات المصالح الخاصة التى تجيد إستغلال القيم والعادات المتوارثة لتوجيه الرأى العام توجيهاً يتفق مع مصالحها ومآربها السياسية والاقتصادية والاجتماعية، فلقد إستطاع الاستعماريون أن يتقنوا فنون السيطرة والتحكم عن طريق دراساتهم للعوامل الحضارية

المختلفة والمقومات الثقافية فى كل أمة، وإستطاعوا على ضوئها أن يمزقوا الأمم شيعاً ويفتتوا الشعب الواحد شعوباً متنافرة[3].

فلقد أقام الاستعمار المعاهد المتخصصة لدراسة الشعوب المستهدفة والتعرف على ثقافتها وطابعها القومى لإستخدام ذلك فى التأثير على الرأى العام فى تلك البلاد وتدريب كبار الساسة الاستعماريين والجواسيس ورجال المخابرات الذين يستخدمهم فى تحقيق أهدافه فى تلك البلاد، عن طريق معرفة محتوى الثقافة من قيم وتقاليد ومعتقدات تمكن الاستعمار من تمزيق الشعوب شيعاً وزرع الاسافين في جماعاتها المختلفة وأعضاء ثقافتها الفرعية.

**2- الدين**

يعتبر الدين من أبرز مقومات الرأى العام ومن المسلمات التى لا تقبل الجدل ولا تدّخل فى مجال الرأى العام[4].

و لقد لعبت الأديان – وما تزال - أدواراً مؤثرة وهامة فى حياة الأمم والجماعات على إختلاف معتقداتها وأديانها، بإعتبارها قوى ذات تأثيرات معنوية وروحية وثقافية.

وتعود جذور الدور المؤثر والفاعل للدين إلى قرون طويلة سابقة فلقد لعبت الكنيسة دوراً أساسياً فى حياة الكثير من الشعوب وفى مختلف البلاد التى إنتشرت فيها المسيحية، وخاصة فى أوروبا حيث كان لها دور فاعل فى الشئون الروحية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية.

كما لعب الدين الإسلامى الحنيف دوراً بارزاً فى حياة الشعوب التى إعتنقته منذ فجر الدعوة الإسلامية قبل أكثر من أربعة عشر قرنا وحتى يومنا هذا، وظهر تأثيره فى مختلف الشئون الحياتية للمسلمين، أمة ودولة، وتشريعاً ومنهاج حياة، بإعتبار أن

الدعوة الإسلامية لم تقتصر على الشئون العبادية فحسب بل يصل تأثيرهـا إلى كـل الشـئون الروحيـة والحياتية.

كما يعتبر الدين أحد مقومات النظام الثقافى، فالدين من العنـاصر الحضـارية الراسـخة التـى لا تقبل أساسياتها الجدل، وجوهر الدين يبقى ثابتاً لا يتزعزع إلا أن الـدين – كـما يـرى الـبعض – قـد يستخدم استخداماً سيئاً كأن يعبأ به البسطاء من المتـدينين ويلهـب حماسـهم لخدمـة غـرض معـين فيتحول الإيمان إلى عصبية مثل الاغراض السياسية في الانتخابات من خلال خلط الدين بالسياسة.

**مثال**: الحروب الصليبية الأوروبية فى القـرون الوسـطى بـين الشرق والغـرب، والتوسـع الاستعمارى الأوروبى بحجة تحقيق رسـالة الجـنس الأبـيض فى نشر المسـيحية وسـيادة العالم والحركة الصهيونية والاستعمارية، ومنها الادعاء بالحق الإلهـى المقـدس للملـوك وبأن الملوك خلفاء الـلـه فى الأرض.

ولقد إهتم الدين الإسلامى بالرأى العام، ونشطت الدعوى الإسلامية لكسب ميـول الـرأى العـام نحو الإسلام فى ربوع الأرض المختلفة دون تهديد أو إرغام، وأكد عـلى حريـة الـرأى وحريـة العقيـدة ودعا الجماهير للتعبير عن آرائهم ومن معالم اهتمام الإسلام بالرأى قوله عز وجل فى سورة آل عمران الآية (159) "وشاورهم في الأمر"، وقوله فى سورة الشورى الآية 38: "وأمرهم شـورى بيـنهم" وجـاءت المساجد مع الإسلام كمنابر للرأى العام وتوجيهه ولتضـامن المسـلمين وتـآلفهم ولـكى يتدارسـوا فيهـا شؤون دينهم ودنياهم(5).

ويقول الدكتور عبـد القـادر حـاتم فى كتابـه القـيّم: "الـرأى العـام وتـأثره بـالإعلام والدعاية " أن الدين يفرض نفوذا أوسع حتى على غير المتمسـكين بـه، ويشـكل مصـدراً

من مصادر الرأى العام، فالاستشهاد بآية قرآنية أو بأحاديث شريفة يخلق الاقتناع ويثير الحوافز والدوافع ويحرك المشاعر والعواطف[6].

### 3- التربية والتعليم:

تلعب المؤسسات التعليمية والتربوية كالمدارس والمعاهد والجامعات فى تكوين الرأى العام وتشكيله سواء من حيث مضمونه المعرفى أو من حيث إتجاهه وقوته.

فالمدرسة تأتى بعد العائلة فى ترتيب أهمية المؤسسات المؤثرة على أفكار التلاميذ فى سنوات أعمارهم الأولى، فهى على أقل تقدير تدعم إتجاهاتهم وآرائهم التى إكتسبوها من العائلة.

ويساعد التعليم الطفل على التفكير، وكلما إزدادت معرفته إتسع أفقه بما يمكنه من التحرر من جهات النظر وخبراته السابقة التى أصبحت تختلف مع وجهات نظره الجديدة.

ويرى بعض الخبراء فى مجال الاتصال أن الاتجاهات السائدة فى التعليم تؤثر تأثيراً كبيراً على مستقبل الرأى العام داخل الدولة خصوصاً إذا قامت هذه الاتجاهات على أساس بث روح التفرقة العنصرية أو الدينية أو الطبقية أو إذكاء روح التعصب، ذلك أن النشئ لا يستطيع فى المرحلة الأولى من حياته أن يعمل عقله للتمييز بين الحق والباطل. والنتيجة المحتمة لذلك أن يكبر النشئ وتكبر معه بعض أنماط من السلوك وألوان التعصب والتحيز التى تبلغ فى النفس مبلغ العقيدة واليقين، لطول ما تلقاها وتلقنها وقرأها خلال سنوات حياته المدرسية[7].

وهكذا يشب جيل أو أجيال كاملة من الرجال والنساء المؤمنين بطائفة من الأفكار والشعارات التعصبية المتحيزة التى رسخت فى نفوسهم وعقولهم وبلغت منها مبلغ العقيدة التى لا تقبل المناقشة والتفكير.

وقد حذر الخبراء من تعـود الجهـات المشرفـة عـلى التعلـيم فى الدولـة، وتعـود الأيـديولوجيات الموجهة له، إذ أن معنى ذلك التعداد إعداد جيـل متنـافر فى التفكـير والاتجاهـات والأهـداف تنـافراً يشبه – إلى حد كبير- ذلك الذى يقع بين الأحزاب ذات المصالح الطبقية المتباينة، فلقد قـرأت أجيـالاً كاملة من شباب مصر تاريخها الوطنى على غير حقيقته، وصور لهـا الأبطـال فى تاريخهـا تـائهين وراء سحب من الشك والغموض بينما وضعت هالات التمجيد والإكبار من حول الذين خانوا كفاحها، كما لقنت أجيالاً متعاقبة من شباب مصر أن بلادها لا تصلح للصناعة ولا تقدر عليها.

**4- النظام السياسى السائد:**

فالنظام السياسى السائد داخل الدولة يلعب دوراً كبيراً فى تكوين الرأى العام، وهناك نوعان من الانظمة:

**أولا: النظم الديموقراطية:**

ففى النظم الديموقراطية تسود حرية الفكر والاعتقـاد وإبـداء الـرأى المخـالف للحـاكم علانيـة وبالنسبة للمسائل العامة دون خوف، ويظهر هذا في البلاد المتقدمة الكـبري وبعـض الـدول الناميـة مثل لبنان ومصر.

وتتعدد فى هذه النظم التنظيمات السياسية خاصة الأحـزاب السياسـية المتنافسـة ذات الـبرامج المعلنة التى توضح موقفها بالنسبة للمشكلات العامة، وتقدم بدائل الحلول لهـا. حيـث يسـعى كـل حزب منها للحصول على تأييد الرأى العام لبرنامجه ووجهة نظره عن طريق مـا يقدمـه مـن بيانـات وحجج وبراهين تؤيد ذلك سواء كان حزباً حاكماً أو معارضاً.

والحياة الحزبية فى بيئة لا يسودها مناخ حرية وشفافية وإنفتاح وتختلط فيها قيم التحديث بموروثات المجتمعات المختلفـة كالطائفيـة والعشـائرية والعائليـة والـولاءات

الشخصية، تؤدى إلى تفتيت الرأى العام وتحول الصراع الديمقراطى إلى نزاعات تتحكم فيها الغرائز والمصالح الفئوية الضيقة التى قد تؤدى إلى حروب أهلية.

وتسعى الحكومات الديمقراطية إلى التأثير فى الرأى العام، طمعاً فى الحصول على تأييد الغالبية الشعبية، وتلجأ هذه الحكومات إلى عدة وسائل لتحقيقها مثل[8]:

1- العمل على تنمية الوعى السياسى لدى الجماهير.

2- عرض الحقائق كاملة على الرأى العام حتى يستطيع أن يكوّن وجهات نظره الصائبة تجاه تلك الأحداث.

3- إستخدام وسائل الإعلام فى التاثير على الرأى العام وذلك فى شرح السياسة الحكومية ومحاولة صياغة الرأى العام وتوجيهه الوجهة التى تتفق مع الصالح العام.

4- الاهتمام بإستطلاع الرأى العام: حيث تزداد معاهد ومراكز قياس الرأى العام فى الدول الديموقراطية مما يمكن الحكومات الديموقراطية من دراسة اتجاهات الرأى العام ورسم السياسات المناسبة لمواجهتها.

5- توفير الحرية للتنظيمات السياسية الشعبية للقيام بدورها فى العمل السياسى وخاصة مؤسسات المجتمع المدنى كالجمعيات الأهلية والنقابات المهنية.

**ثانيا: النظم غير الديموقراطية:**

ففى النظم غير الديموقراطية نجد أن النظم التسلطية التى تقوم فيها السلطة الحاكمة بالتسلط والسيطرة على أفراد الشعب، وتتحكم فى آرائهم، وتحد من حقوقهم وحرياتهم وتحاول فرض نظام سياسى أو مذهبى معنى على الشعب دون قبول

معارضة من أحد، ومن أمثلتها نظم الحكم الشيوعية والنازية والفاشية وعدد من دول العالم الثالث المتخلفة التى تدعى تطبيق الحكم الديموقراطى.

وهى فى الواقع بعيدة كل البعد عنه، لأسباب عديدة منها الضغط والتسلط والتحكم الذى تفرضه هذه النظم الديكتاتورية الحاكمة على جماهير الشعب من كبت للحريات وتقييد للرأى العام ومحاولة تكوينه بأسلوب يساير أهداف هذه النظم ومبادئها.

وتقوم الدولة الديكتاتورية بدعاية قوية، لا تتورع فيها عن إستخدام الأساليب المنافية للأخلاق كالكذب والخداع والتضليل والتهويل من خلال سيطرتها علي الاعلام، فضلاً عن حجب الحقائق عن الشعب.

والنتيجة فى هذه الحالة هى خلق رأى عام "مصنّع" أو مفتعل يكون فى العادة فجاً ومتسماً بالسذاجة والغفلة، مثلما كان الرأى العام فى ألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية إبان الحرب العالمية الثانية وقبل نشوبها بعدة سنوات.

وهذا يؤدى حتماً إلى سلبية الرأى العام فى الدولة إذ يحل محله "الخوف العام" أو السخط العام"[9].

**5- الزعامة:**

يلعب عنصر الزعامة دوراً كبيرة فى قيادة الجماهير والتأثير فى معتقداتها وإتجاهاتها وتشكيل آرائها بطريقة تحقق الأهداف المرجوة.

والزعيم الحقيقى هو الذى تتمثل وتتركز فيه آمال الشعب وأحلامه وتطلعاته، والذى يستمد قوته من إدراكه لرغبات شعبه ومطالبه واحتياجاته، فهو التجسيد الحى لمشاعر الجماهير.

لذلك فأهمية الأدوار التى يلعبها الزعماء فى توجيه الرأى العام فى مجتمعاتهم لا يمكن التشكيك فيها.

وهناك أنواع للزعامة وهى[10]:

**1- القائد أو الزعيم الفكرى:**

وهو الذى يسيطر فى عالم الأفكار، ويتمتع هذا الزعيم عادة برؤية واسعة ويضع خطط المستقبل للجماعة ومن أمثلتهم: جاليليو، وداروين، وجوته.

**2- القائد أو الزعيم الإدارى:**

وهو القائد الذى يقول ليفعل، مثل رجال الأعمال والساسة، وربما يبعد مثل هذا القائد عن رؤية وجهات النظر الأخرى.

**3- الزعيم الرمزى:**

وهو الذى يمثل رمزاً فقط مثل ملكة بريطانيا تملك ولا تحكم، أو رئيس جمهورية الهند أو رئيس إسرائيل "شيمون بيريز"

**4- زعيم الدعوة أو الإثارة:**

ويتبنى هذا الزعيم عادة إحدى القضايا حيث يقود حملات سياسية مكثفة للدفاع عنها. ويكون لهؤلاء الزعماء مقدره فائقة على الاستمالة والاقناع كما أن دعايتهم تكون مؤثرة للغاية.

**وهناك تصنيف أخر للزعامة وتقسم إلى[11]:**

**الزعامة الدينية:**

وهى زعامة روحية خالصة، حيث يعتبر الانبياء والرسل أروع مثال لها، إذا تستوعب رسالتها مخاطبة العقول وتبليغ رسالة السماء التى تدعو الى المحبة والاخاء والمساواة والسلام والعدل والرحمة والحرية.

ويمتاز الزعماء الدينيون بقوة المنطق والاخلاق الحميدة والبلاغة الشديدة والصفاء الذهنى وسمو الروح والبعد عن المطامع الشخصية.

**الزعامة السياسية:**

هناك زعامات سياسية كان لها تأثير على الرأى العام مثل "مهاتيم غاندى" الزعيم الهندي، والرئيس الراحل جمال عبد الناصر، و"باتريس لوممبا" الزعيم الافريقى الذى تحدى الاستعمار المهيمن على بلاده و"نلسون مانديلا" و"شارل ديغول" الزعيم الفرنسي الاسبق.

والقائد الطاغية – مثلا – يصل الى الحكم عادة فى أوقات الأزمات العنيفة وبخاصة الازمات الاقتصادية، حيث يشيع اليأس وتحين الفرصة لكى يتقدم هذا القائد الانتهازى الى الامة، ويستولى على قيادتها بالأمانى والوعود المعسولة وسرعان ما ينقلب ويفصح عن أمره ويحكم الامة بالحديد والنار ويسوق الشعب سوق القطيع ليحقق رغباته الانانية أو رغبة أسياده المختفيين وراء الستار.

**6- التجارب والأحداث الهامة:**

فالتجارب التى تخوضها الشعوب - وبخاصة التجارب التى مازالت حية فى أذهان الأجيال المعاصرة – لها تأثير كبير فى توجيه الرأى العام للشعب، كما تستفيد بعض الشعوب من تجارب البعض الاخر.

فتجربة الشعب المصرى المريرة مع الغرب هى التى تجعله لا يثق فيه، مثل الترحيب بقرار تأميم قناة السويس عام 1956، وتجربة الشعب المصرى مع العدوان الاسرائيلى هى التى تعوق تنفيذ إتفاق السلام بين مصر وإسرائيل وتقف حجر عثره فى طريق التطبيع.

لذلك فإن الرأى العام شديد الحساسية بالنسبة للتجارب والأحداث الكبرى، كما أن الأحداث الخطيرة، تحول الرأى العام من النقيض الى النقيض فى فترة قصيرة، فالأحداث أقدر من الخطب والكلمات المذاعة بالراديو والتليفزيون على تكوين الرأى.

**مثال**: كان إغراق السفينة الحربية (إيلات) على يد البحرية المصرية حدثا هاما ومقدمة للحدث الأكبر: الزلزال الذى حول الرأى العام من حالة الخوف والتمزق الى حالة الثقة والكرامة ونصر اكتوبر 1973.

**مثال أخر**: إنتصار اليابانيين على روسيا عام 1905 قد أيقظ أوروبا وحطم أسطورة الرجل الأبيض.

**ومثال:** كان فوز نجيب محفوظ بجائزة نوبل للأداب حدثا هاما أيقظ العالم كله وبدأ الرأى العام العالمى يعرف أن من بين العرب نجيب محفوظ وأحمد زويل.

**ومثال أخر**: انتحار الشاب الجامعي التونسي "بوعزيزي" بعد أن حرقت الشرطة سيارة الخضار التي إستأجرها ليبيع عليها ويتكسب، كانت السبب في قيام الثـورة التونيسـية والاطاحة بنظام حكم بن علي.

**7 – الثورات الكبرى:**

تعتبر الثورات الكبرى من الأحداث التى تترك أثارا لا تمحى فى حياة الأمم وتاريخها وذاكرتها مثل ثورة 23 يوليو 1952 وثورة 25 يناير 2011. ويؤدى نجاح ثورة من الثـورات غالبـا الى إمتـداد المنـاخ الثورى الى البلدان المجاورة.

**مثال**: قيام الثورة التونيسية ثم بعدها الثورة المصريـة ثـم الثـورة الليبيـة ثـم اليمنيـة والسورية وكلها ثورات ضد أنظمة الحكم الفاسدة فيها .

**مثال أخر**: لقد واجهت الثوره الفرنسية مواقف عدائية من الأنظمة الملكية المجاورة.

**مثل أخر**: حوربت الثورة البلشفية غداة إندلاعها – ليس من أعدائها الداخلين، الـذين تلقوا مساعدات من الخارج، بل من الأنظمة الرأسمالية القريبة منهـا والبعيـدة عنهـا، لذلك فالثورات تحرك الرأى العام فى البلد الثائر لتحقيـق الأهـداف التـى طالمـا سـعى اليها وامن بها، وهى عادة أهداف ذات جذور اقتصادية واجتماعية وتاريخية عميقة.

**8- المناخ الأقتصادى:**

الاوضاع الأقتصادية لها تأثير كبير على نظام الأسرة وعلى الطبقات الأجتماعية وعلى نسق القيم فى المجتمع وعلى تشكيل نظامه السياسى.

ويرى بعض الخبراء أن تأثير العامل الاقتصادى هو أقوى محددات الرأى العام على الأطلاق، وأن هناك عوامل اخرى مـؤثرة قـد يكـون السـبب فى ضـعف العامـل الاقتصـادى ووقـوع الأفـراد تحـت الضغوط المتعارضة عند تكوين أرائهم كأن تتطلب مصالح الفرد الاقتصادية تأييد رأى معين ضد قـيم المجتمع أو معتقداته. وهناك علاقة بين الرأى العام والعامل الأقتصادى[12].

فكثير من الأراء المعلنة فى الحياة الخاصة والعامة قد تكون مدفوعه الثمن ويظهر ذلـك واضـحا فى النفاق الاجتماعى الذي يقوم به المسئولين للحكام في البلـدان الناميـة وفى الدعايـة الانتخابيـة وفى بيع الأصوات فى الانتخابات.

كما أن الأ فراد يتأثرون فى تكوين أرائهم بمصالحهم ومصالح الجماعة أو الجماعات التى ينتمون اليها، حيث تلون المصالح والحاجات للفرد والموضوعات بما يتماشى معها.

كما أن طبيعة الأفراد – خاصة فى الدول النامية – الانشغال طوال اليوم بالعمل من أجل البقـاء أحياء والبحث عن رزق، وليس لديهم الوقت أو الجهد اللازم لمناقشة المشاكل العامـة، ويترتـب عـلى هذا نقص فى الوعى وعدم مشاركة فى الحياة العامة يجعلهم لا يمثلون عنصرا فى تكوين الـرأى العـام فى بلادهم.

يؤثر إختلال الأوضاع الأقتصادية داخل الدولة وتعرضها للأزمات الأقتصادية من بطالـة ومجاعـة وتضخم وإنخفاض فى القيم الشرائية وندرة فى الإنتاج على إتجاهات الرأى العام.

فالجوع مرشـد سـئ للشـعوب، والشـعب الجـائع لا يمكـن أبـدا أن يسـتخدم العقـل أو يقتنـع بالمنطق، ويكون لقمه سائغة فى أيدى محترفى السياسة[13].

كما أدرك الاستعماريون والاحتكاريون تمام الأدراك أثر الأزمات الأقتصادية الحـادة فى الأنحـراف بتفكير الرأى العام، فكان إستخدامهم لسلاح المقاطعة والحصار الأقتصادى ومنع المعونات فى حربهم ضد الدول النامية التى تنتهج سياسة تحريرية لا يرضون عنها.

**9- المناخ الثقافى والاعلامى والفنى**

إن المناخ الثقافى والفنى والأعلامى الذى يعايشه الإنسان طفلا وصبيا ويافعا ورجـلا يـؤثر تـاثيرا بالغا على تشكيل عقله وتفكيره، وما لم يكن هـذا مناخـا صـحيحا سـليما يغـذى النـاس بالمعلومـات والأفكار والقيم والمشاعر السليمة، ويفتح أفاقها ويرى ذوقها ويشحذ إرادتها ويرتفع بـدوافعها، فلـم يمكن بأى حال أن يسود المجتمع رأى عام سليم وصحيح يقاوم الأنحـراف وينبـذ الأنانيـة والتعصـب ويدفع عجلة التقدم والبناء.

ولذلك ينبغى على الدارس فى ميدان الرأى العام أن يحدد نوع الجماهير التى يدرسها ونوع الزاد الثقافى والفنى والأعلامى الذى تتزود به، لكى يستطيع أن يتبين: هـل هـى جماهـير مراهقـة مضـللة، وسريعة الانقياد، تحكمها الغرائز والعواطف؟ أم هى جماهير صـلبة إعتـادت عـلى النقـاش والجـدل وتقليب أوجه الأمور؟ قبل تكوين أرائها والأنحياز الى جانب من الجوانب.

**مكونات الرأي العام**

ويشـترك في تكـوين الـرأي العـام - أيضـا - مختلـف الهيئـات والتنظـيمات الشـعبية والنقابيـة والحزبية عن طريق طرح أفكارها واتجاهاتها والدعوة إليها، بمختلف الوسائل التـي تـؤدى الصحافة والوسائل السمعية والبصرية دوراً في نشرها وتعبئة الرأي العام وتوجيهه من خلالها[14]:

**1- مؤسسات المجتمع المدني**

المفهوم المستقر للمجتمع المدني يقوم على أساس أنه مجموعة المؤسسات والفعاليات والأنشطة التي تحتل مركزاً وسطياً بين العائلة بإعتبارها الوحدة الأساسية التي ينهض عليها البنيـان الاجتماعـي والنظام القيمي في المجتمع من ناحية والدولة ومؤسساتها وأجهزاتها ذات الصبغة الرسمية من جهـة أخرى.

وبهذا المعنى فإن منظمات المجتمع المدني تساهم بدور مهم في ضمان إحترام الدستور وحمايـة حقوق الأفراد وحرياتهم وتمثل الأسلوب الأمثـل في إحـداث التغيـير السـلمي والتفـاهم الـوطني مـع السلطة في سبيل تعزيز الديمقراطية وتنشئة الأفراد على أصولها وآلياتها.

فهي الكفيلة بالارتقاء بالفرد وبـث الـوعي فيـه وتعبئـة الجهـود الفرديـة والجماعيـة للتـأثير في السياسات العامة وتعميق مفهوم احترام الدستور وسيادة القانون.

**2- وسائل الإعـــلام.**

تلعب وسائل الإعلام دوراً سياسياً مهماً يساهم في تعبئة الرأي العام الشعبي من خلال كتابات وأقوال المفكرين والصحف والفضائيات المرئية والمسموعة والاجتماعات والندوات التي تساهم في إطلاع الجماهير على المشاكل الأكثر إلحاحاً، والتـي يتعـرض

لها المجتمع وتكون مراقب جماعي لصالح الشعب من خلال إنتقاد سياسات الحكام وكشف فضائحهم وفسادهم وإنتهاكهم لسيادة القانون.

فالإعلام يشكل السلطة الرابعة وله دور في مراقبة مجريات تنفيذ الخطط والمشاريع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وكشف الأخطاء والانحرافات المرافقة لعمليات الإعداد والتخطيط وتنفي الأداء الحكومي والمباشرة بما توجهه من نقد بناء يعتمد مصالح الوطن والمواطن بالدرجة الأولى.

**أساليب وطرق تغيير الرأى العام:**

مما لا شك فيه أن وصول الحقائق أو المعلومات الى الجمهور مسألة بالغة الاهمية، فقد لوحظ أن الجمهور المطلع والمتابع للأحداث يكون دائما أسرع الى تكوين أراء محددة ذات طابع متزن، بعكس الجمهور غير المطلع البعيد عن متابعة الأحداث، فهذا الصنف الأخير من الناس يكون عادة أبطأ فى تكوين أرائه، ومذبذبا فى إتجاهاته، وفريسة للأشاعات والأنحرافات، ويتصف فى النهاية بالتطرف والنظرة السطحية للأمور، وتغليب الأنفعال الطارئ على التفكير السليم[15].

ومن أصعب الأمور تغيير الأراء، ولذلك فان مضمون الاعلام يكون أكثر يسرا وفعالية إذا كان متعلقا بموضوعات جديدة أو مسائل لم يسبق تكوين أراء أو إتجاهات حيالها.

وعن أهم أساليب تغيير الرأى العام كما يراها خبراء الاعلام[16]:

**1- أسلوب التكرار والملاحقة:**

ويعتبر هذا الأسلوب من أنجح الأساليب لتغيير الرأى العام، وكانت الدعاية الألمانية تعتنق هذا الأسلوب، وتؤمن بأنه الاسلوب المثالى لمخاطبة الجماهير.

وقد وصف "جوبلز" هـذا الأسـلوب الـدعائى فقـال: أن سر الدعايـة الفعالـة يكمـن لا فى إذاعـة بيانات تتناول ألاف الأشياء ولكن فى التركيز على بضع حقائق فقـط، وتوجيـه أذان النـاس وأبصـارهم إليها مرارا وتكرارا.

ويطلق على هذا الأسلوب: الترتيل، وهذا الترتيل لكى يكون مؤثرا لابد من تناسب لهجـة وشـكل الرسالة الموجهة الى الجمهور المستهدف مع طبيعة الجمهور وسماته المخلتفة.

**مثال:** على ذلك هو الصراع العربى الأسرائيلى حيث كرست الدعاية الصهيونية حملاتهـا وركزتها فى جملة واحدة: "إسرائيل التى لا تقهر"، ولقد سـاعدت ظـروف نكسـة 1967 فى أن يترسخ لدى الرأى العام العربى مفهوم اسرائيل الكبرى التى لا تقهـر وإسـتخدمت إسرائيل مرتكزات مدروسة لتنفيذ هذا الأسلوب أهمها:

- عرض صور الأسرى العرب والمصريين في الاعلام وبـث الأحاديـث معهـم، ورسـائلهم الى ذويهـم والتى تركز على ما حدث لهم من هزيمة وإنكسار.

- وعرض صور وأفلام المعارك والحروب التـى وقعـت عـلى الأرض العربيـة لبيـان مـدى التفـوق الأسرائيلى.

- تنوع أسلوب العرض سـواء مـن خـلال الصـحف أو الأذاعـة أو التليفزيـون بعـد حـرب 1967 لتثبيت مفاهيم وأفكار معينة عند الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الأسرائيلية.

ولقد ساعد الصهيونية على إستخدام هذا الأسلوب "الترتيـل" السـيطرة الصـهيونية عـلى وسـائل الأعلام خاصة وسائل الأعلام الأمريكيه بدرجات وطرق متعدده مثل:

- إمتلاك الصحف وإدارة محطات الأذاعة المسموعة والمرئية أو تعيين عناصر موالية للصـهيونية فى المناصب الهامة فى صحف الصفوة.

- وجود اليهود بأعداد كبيرة بين العاملين فى الحقل الأعلامى.

- إستقطاب المعلقين السياسيين وكتاب الأعمدة وكبار الصحفيين لتأييد إسرائيل

- الضغط على الصحفيين الذين يكتبون عن أحداث الشرق الأوسط أن أبدوا أى ميل لمساندة العرب أو الأعتراض على الممارسات الأسرائيلية.

- إغراق وسائل الاعلام بالأخبار التى تنبع من مصادر اسرائيليه، والعمل على تقليل الأخبار الصادرة من مصادر عربية.

- إستخدام الأعلان للضغط والسيطرة على الصحف ومحطات الأذاعة المسموعة والمرئية المحلية التى لا تخضع لسيطرة المنظمات الصهيونية سواء بالملكية المباشرة أو عن طريق تعين صحفيين مواليين لأسرائيل فى المناصب الهامة.

- إمتلاك إسرائيل لقمر صناعى يدعى Amos الذى سيمكن اسرائيل من إستخدام تكنولوجيا الأتصال لتحقيق أغراضها الدعائية للتأثير فى الرأى العام سواء بأسلوب الترتيل أو غيره.

**2- أسلوب الأثارة العاطفية:**

تعتمد الدعاية - فى الأساس – على إثارة العواطف لا على المناقشة والأقتناع وتنبع عن إحتقار دفين للمواطنين وعقولهم، مثلما كان يحدث في التليفزيون المصري قبل ثورة 25 يناير 2011.

**ومثال أخر:**كان الزعيم الألمانى (هتلر) يعتقد أن الجماهير فيها الكثير من خصائص النساء، وأن إستجابة الجماهير تكون دائما إستجابة عاطفية أكثر مما هى عقلية، ولذلك فقد كان يدعو الى أن تتجة الدعاية

الى العواطف، وخاصة عاطفة الحقد، وأيسر السبل الى إثارة الحقد والتشهير وإكالة التهم، فيجب تشويه سمعة الناس وتزييف الحقائق!!

وكان (هتلر) يؤمن بأن ذاكرة الجمهور ضعيفة وأن الأفراد يستجيبون لمن يدفعهم بالقوة أكثر من إستجابتهم لمن يقنعهم، وأنهم سيأُثرون أكثر بالتكرار المستمر لشعارات تستميل العواطف، ولا يتأثرون بالحجج العقلانية. وكان وزير الدعاية الالماني "جوبلز" يكرر نشر الاكاذيب حتي يصدقها الناس!

حيث يزداد إستخدام أسلوب الأثارة العاطفية عندما يصعب إستخدام الأساليب الموضوعية والحقائق المادية فى إستحالة الرأى العام، أو مواجهة رأى عام مضاد، فان الداعية يلجأ فى تلك الحالة الى ممارسة أسلوب الاستثارة العاطفية والغرائزية خاصة فى المجتمعات التى تزداد فيها نسبة الأمية.

وتتمثل خطورة هذه المضامين على الرأى العام فى كونها تبعده عن مشاكل بلده وأماله المستقبليه، وتغرقه فى متاهات من الغرائز وتنمى لديه الأتجاهات الهروبية.

**مثال:** فى الإنتخابات البرلمانية البريطانية، دعا العديد من المرشحين بإباحة الشذوذ الجنسى لأرضاء شريحة كبيرة من الناخبين، ورضخ مجلس العموم البريطانى وأصدر توجيه بذلك![17].

**3 - أسلوب عرض الحقائق:**

ويعتمد هذا الأسلوب على وصول الحقائق الى أكبر عدد من الناس على أساس أن الحقائق الملموسة أقوى وأبقى من الأكاذيب والتهاويل والشائعات، وينبع هذا الأسلوب - بطبيعة الحال - من إحترام عقلية الجماهير.

**مثال:** ما قام به الاعلام المصرى خلال حرب اكتوبر 1973

### 4- أسلوب تحويل إنتباه الجماهير:

وهو من الأساليب التى يتبعها السياسيون وأجهزة الأعلام وهو تحويل إنتباه الجماهير الى موضوع أخر مثل أهمية الموضوع المثار أو أكثر أهمية منه.

حيث يصعب فى أحيان كثيرة معارضة الرأى السائد بين الجماهير بالنسبة لمسالة أو موضوع معين، ذلك أن معارضة تيار جارف من الرأى العام بعد تكوينه لا تأتى بنتيجة ما حتى لو كان الرأى العام على خطأ.

### 5- أسلوب البرامج الأيجابية المحدودة:

أن البرامج والتصريحات الايجابية المحدودة لها أثرها البالغ وسحرها الكبير على الرأى العام، بعكس البرامج غير المحددة والكماليات الجوفاء، والتذبذب، ويسوق البعض نموذجا لذلك، الديانات بما تعرضه من جزاء للتدليل على مدى نجاح هذا الأسلوب فى مخاطبة الجماهير.

وكلما كانت هذا البرامج تتسم بالأيمان بالمستقبل والتفاؤل به، تضاعف تأثيرها، ذلك أن الجماهير بطبيعة الحال تكره الروح المتشائمة لما تحمله فى طياتها من سلبية وهدم، ويدرك رجال السياسة تماما مزايا البرامج المحددة.

### 6- أسلوب إفتعال الأزمات:

وهو من الأساليب الحديثة لتغيير الرأى العام، ويعنى إستغلال بعض الأحداث أو الظروف – وربما تكون محدودة – بنجاح من أجل خلق أزمة تؤثر فى الرأى العام وتستفيد منها الدولة التى تستخدم هذا الأسلوب[18].

**مثال**: إفتعال إسرائيل لأزماتها مع الدول العربية بإستمرار، مثل أزمتها مع سوريا عام 1967 كبداية لشن عداوانها على الأمة العربية وإستخدامها – ببراعة – هذا الأسلوب فى أثناء المفاوضات مع الفلسطينين.

**7- أسلوب الرعب والفوضى:**

وهو أسلوب تلجأ اليه بعض القوى لتغيير الرأى العام لصالحها. وقد إستخدمتها المخابرات النازية بصفة خاصة فى إستغلال دوافع الأمان لدى الأنسان بإثارة الخوف والفزع لإرهاب الشعوب بإخضاعها من خلال إستخدام الوسائل المختلفه لخلق حالة من الذعر والفوضى.

كما إستخدمتها الدول الغربية فى إشاعة الخوف والذعر بين الشعوب من الغزو الشيوعى المنتظر قبل إنهيار المجتمعات الشيوعية.

كما أن إستغلال الأحتكارات الغربية لهيستريا الحرب التى كانت تنشرها أجهزتها الدعائية قد مكنتها من إبقاء العالم فى حالة من التوتر خدمة لمصالحها الأقتصادية وأطماعها التوسعية.

**8- الشائعات:**

الشائعات هى معلومات لا تتقيد بمعايير الصدق الموضوعى والنزاهة والدقة والأمانة ومن ثم فهى أقدر على الغوص فى الجماهير التى تفتقد الى الوسيلة التى تمدهم بما هو صادق وحقيقى

**مثال:** إنتشار شائعة قوية مفادها أن الرئيس العراقى صدام حسين قيل بعد إعدامه أنه لا يزال على قيد الحياة وسوف يعود للحكم فى العراق أثناء حكم أوباما لامريكا!

ومن المعروف أنه يصعب وجود صحيفة تقدم الصدق، كل الصدق أو الحقيقة فى فترات الحروب والأزمات، مثل إنتشار أمراض انفلونزا الخنازير والطيور، وخاصة السياسية والأقتصادية، مثل عدم وجود إستقرار في الجيش المحارب، حيث يوجد فى الناس ميل الى تصديق الشائعة دون محاولة منهم للوقوف على الحقيقة في ذلك الوقت.

وتزداد الخطورة حينما لا يكتفى البعض بتصديق الشائعات بل يضيف إليها من عنده وتزداد الشائعات فى جو الحرب، حيث تكون سرية الأخبار أمرا جوهريا تتطلبه دواعى الأمن وإعتبارات النشر على الرأى العام.

وتعرف الشائعة علي أنها ترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعتمد المبالغة أو التهويل أو التشوية فى سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الأقليمى أو العالمى أو القومى تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول[19]. مثل الاخبار الكاذبة التي بثها التليفزيون المصري ونشرتها الصحف القومية المصرية في تظاهرات يوم 25 يناير 2011 المسمي بيوم الغضب الشعبي المصري ضد نظام الحكم، حيث هونت كثيرة من حقائق الامور وأكدت أن المظاهرات معدودة الافراد وقلة من الناس في هذه المظاهرات التي كانت بالملايين.

**أنواع الشائعات:**

وضع العديد من الخبراء تقسيما للشائعات وأنواعها فيما يلي[20]:

**1- شائعات الأمل أو الأماني والأحلام:**

وتعبر عن رغبات وأمال أولئك الذين تروّج الشائعة بينهم، وهى شائعات تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات فيها، مثل تشجيع الجندى على القتال في الحرب ضد العدو المغتصب.

**2- شائعات اليأس والخوف:**

وهى التى تعتمد على نشر الخوف والقلق، وهى تنتشر فى وقت خوف الناس، فالأنسان فى حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أمورا كثيرة، لا أساس لها من الصحة، فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال ويتعلق بموضوع خوفه وقلقه، ويفسر الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يُمليها عليه الخوف والوهم.

**3- شائعات الكراهية وتحويل الولاء ودق الأسفين:**

وهى الشائعات التى تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التى تكمن بها نفوس بعض الناس، كما هو الحال بين الأحزاب السياسية المتعارضة.

**طرق مكافحة الشائعات:**

هناك قواعد وأسس لمحاربة الشائعات كما يراها الخبراء منها[21]:

**1- قتل الشائعة بشائعة أخرى أكبر منها حجما:**

ويمكن تدمير شائعه كاذبه بشائعه أكثر منها كذبا ولكن بحيث يمكن اثبات كذب هذه الأخيرة.

**مثال:** عندما إنتشرت شائعة إعدام الشخصيات الألمانية الكبرى بالجملة فى نهاية عام 1943 قام جوبلز بمناورة قام جوبلز بمناورة مشهورة، فقد أضاف الى الشائعة المعروفه ما هو أشد فظاعة، فأوعز الى أجهزة الأعلام أن تذيع خبر مقتل هتلر نفسه، فضرب الشائعات الصغيرة بشائعة كبيرة ألفها وروجها وكذبها بأسلوبه الخاص.

**2- القضاء على الشائعات بالمعلومات:**

فالشائعات تروّج فى غيبة الأنباء أو حين لا تذاع الأنباء الى تصل الى الجمهور أو من جراء عجز الفرد عن فهم الأنباء التى يتلقاها أو التعتيم التام علي الانباء. فلابد أن يقدم للناس أدق الأنباء الممكنه كامله وبسرعة.

ولذلك يزداد فى غيبة الاعلام والبيانات الموثوق فيها إنتشار الشائعات، كما أن الغموض يغذى الشائعات ويدعمها ولابد من إتخاذ إجراءات مضادة فورا.

**3- تكذيب الشائعة:**

تعد من أبرز أساليب مكافحة الشائعة من خلال تكذيب الشائعة ونشر عكسها دون الأشارة إليها:

**مثال:** إذا إنتشرت فى مجتمع شائعة عن أزمة فى رغيف الخبز، تنتشر وسائل الاعلام ما يكذب هذه الشائعة دون الأشارة إليها على شكل تحقيقات عن توافر الخبز وجهود الدولة فى هذا المضمار.

## مراجع الفصل الثالث

1- فاروق يوسف، الرأى العام، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1987).

2- محمد عبد القادر حاتم، الرأى العام، وتأثره بالإعلام والدعاية (بيروت: مكتبة لبنان، د.ت).

3- مختار محمد التهامى، الرأى العام والحرب النفسية، (القاهرة: دار المعارف، 1982).

4- عاطف عدلى العبد، الرأى العام وطرق قياسه، (القاهرة: دار الفكر العربى، 2005).

5- صلاح الدين جوهر، علم الاتصال: مفاهيمه، نظرياته، مجالاته (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1980).

6- شاهيناز طلعت، الرأى العام (القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1983).

7- عاطف عدلى العبد، فوزية العلى، دراسات فى الإعلام الفضائى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1995).

8- عاطف عدلي العبد، فوزية العلي، المرجع السابق

9- عاطف عدلى العبد، علاقة الطفل المصرى بوسائل الإعلام (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1988).

10-إبراهيم عبده، الصحافة فى الولايات المتحدة، ( القاهرة: سجل العرب، 1961).

11- كرم شلبى، الإعلام والدعاية فى حرب الخليج: وثائق من غرف العمليات، (القاهرة: مكتبة التراث الإسلامى، 1992).

12-جيهان رشتى، الدعاية واستخدام الراديو فى الحرب النفسية، القاهرة: دار الفكر العربى، 1985).

13- السيد ياسين، تحليل مضمون الفكر القومى العربى: دراسة استطلاعية (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1980).

14- جابر عبد الحميد: مناهج البحث فى التربية وعلم النفس، (القاهرة، دار النهضة العربية، 1983).

15- جمال زكى، أسس البحث الاجتماعى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1962).

16- حسانين عبد القادر، الرأى العام والدعاية وحرية الصحافة (القاهرة، دار النهضة العربية، 1962).

17- جمال السيد، أضواء على الحرب النفسية، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1972).

18- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

19- محمد طلعت عيسى، الشائعات وكيف نواجهها (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1964).

20- محمد طلعت عيسى، الشائعات وكيف نواجهها، مرجع سابق.

21- المرجع السابق نفسه.

# الفصل الرابع

-------------------

## قياس الرأي العام وسماته

**أولا: خصائص الرأي العام:**

تتعدد وتتنوع خصائص الرأي العام التي يتعلمها الجمهور من خلال عمليات التنشئة الأجتماعية والسياسية ومن أهم هذه الخصائص[1]:

1- يبقى الرأى العام " كامنا" حتى تظهر مسألة أو قضية عامة ما، وهذه القضية تظهر عادة حينما يوجد تصادم أو خيبة أمل، وأن الرأى العام الفعلى هو محاولة للتقليل من التصادم أو القلق أو خيبة الأمل، فقد يلجأ الرأى العام لعملية التبرير أو الأبدال أو التعويض.

2- يتحقق التطابق والاتفاق بالنسبة للرأى العام عندما يعزو بعض الناس مصادرهم وإتجاهاتهم الى الأخرين (عملية الأسقاط)، أو عندما يفترض بعض الناس أن إتجاهاتهم ومعارفهم هى نفسها إتجاهات ومعارف الأخرين "عملية التقمص".

3- يمكن أن يكشف الرأى العام عن نفسه، أى أن يعبر عن نفسه حينما تكون قوة الدفاع – أو العامل المؤثر – كبيرة أو عندما يكون التعبيرعن الأتجاه بالأفعال ذات نتائج طيبة أكثر من النتائج السيئة.

4- الرأى العام يمثل مدى واسعا بين المعارضة والتأييد.

5- الرأي العام يختلف فى درجة العمق والقوة.

فالمسألة التى لا تثير رأيا له عمق ظاهر، لا تحوز إلا إنتباها طفيفا، بينما يمكن للمسألة التى تثير إنتباه كبيرا أن يكون لها قوة وعمق أكبر.

6- يختلف الرأي العام فى درجة الثبات:

فالفرد مثلا يمكن أن يكّون وجهة نظر يعبر عنها على أساس قليل من المعلومات أو بدون معلومات نهائيا، ووجهة النظر هذه، يمكن أن تتغير عند حصوله على مزيد من المعلومات.

ومن جانب أخر فان رأيا يعتنقه الشخص بثبات وإيمان كبير ليس من السهل تغييره بسرعة ولكنه قد يأخذ وقتا طويلا من أجل تغييره.

**وهناك بعض السلوكيات التى تتعلق بالرأى العام هى[2]:**

1- بالنسبة للأحداث الهامة يكون الرأى العام فى أقصى درجات الحساسية والاهمية.

2- وفى الأحداث الكبرى من المحتمل تحويل الرأى العام من النقيض الى النقيض بصفة مؤقتة، ولا يصبح الرأى العام مستقرا إلا إذا نظرا الى ما يتعلق بهذه الأحداث نظرة فاحصة دقيقة.

3- يتقرر الرأى العام ويتحدد نتيجة للأحداث أكثر مما يتقرر ويتحدد نتيجة للأقوال، اللهم إذا فسرت الأقوال ذاتها على إعتبار أنها أحداث.

4- تكتسب القضايا أهمية عندما يكون الناس على إستعداد لتقبل ما يوحى إليهم من مصدر مطلع موثوق به.

5- لا يتوقع الرأى العام سلفا للأحداث الطارئة، بل يقتصر بدوره على إحداث رد الفعل حيالها عندما تقع مثل إعادة الاموال المنهوبة الي البلاد وإعتراف المسئولين بالخطأ والتربح، فلا نتوقع رد فعل الرأي العام حيالها.

6- يتقرر الرأى نتيجة لقوة المصلحة الخاصة.

7 – طالما كانت المصلحة الخاصة مرتبطة بالموضوع فإن الرأى لا يمكن تغييره بسهوله.

8- فى الدول الديمقراطية، ما دامت المصلحة الخاصة مرتبطة بالموضوع، فأنه يكون من المحتمل أن يسبق الرأى العام السياسة الرسمية.

9- عندما يكون الرأى العام متمتعا بغالبية بسيطة، فإن من شأن أى حدث هام ينطوى على حقيقة أن يحول الرأى الى جانب الموافقة.

10- يصبح الرأى العام فى الأوقات الحرجة أكثر حساسية بالنسبة لكفاءة وقدرة قادته، فإذا كان يثق فى قادته يصبح أكثر إستعدادا للأعتماد عليهم فى تحمل المسئولية، أما إذا كانوا لا يثقون فيهم فإنهم يصبحون أقل تسامحا إيزاءهم مثلما حدث فى عام 1967.

11- يكون الرأى العام أقل إعتراضا على قيام القادة بإتخاذ قرارات هامة، عندما يشعر – بشكل ما – أنه يسهم فى إتخاذ هذه القرارات.

12- يحتفظ الرأى العام بأرائه ويقدرعلى تكوينها بسهولة فيما يتعلق بالأهداف لا بالأساليب الضرورية لبلوغ هذه الأهداف.

13- على الرغم من أن الرأى العام لا يتصف دائما بالثبات، فأن كثيرا من ضروب عدم الثبات تكون أكثر وضوحا مما هى عليه فى الحقيقة، عندما يتم إدراك الأطر العامة، وعندما يتم إكتشاف المستويات الأساسية للحكم وتمييزها عن تلك التى إستمدت منها الأراء[3].

**ثانياً : العلاقة بين الرأي العام ووسائل الأتصال الجماهيري**

هناك علاقة وثيقة وقوية بين وسائل الاعلام الجماهيري والرأي العام، فلا يمكن للرأي العام أن يبزغ أو يظهر بقوة وبعمق، دون وجود وسائل الاعلام قوية تسانده وتساعده علي تحقيق مطالبه فورا، وهذه الوسائل قد تكون مقروءة كالصحف والمجلات والكتب، وسمعية كالاذاعات وسمعية بصرية كالتليفزيون والسينما والمسرح والفضائيات والوسائل التكنولوجية المتطورة كالانترنت والفيس بوك والتويتر واليوتيوب وغيرها من الوسائل الاخري.

وتعتبر عملية الأقناع ليس بالشئ اليسير، فالتجارب المعملية أشارت الى أن الأتصال المواجهى أكثر مقدرة على الاقتناع من الراديو وأن الراديو أكثر فاعلية من المطبوع[4].

وأنه كلما زاد الطابع الشخصى للوسيلة زادت قدرتها على الأقناع، وأن تأثير التعرض لعدة وسائل إعلامية أفضل من تأثير التعرض لوسيلة واحدة.

كما أن الأفراد يقسمون وقتهم بين وسائل الاعلام بحيث يحصلون من كل وسيلة من الوسائل على إحتياجاتهم من الترفية والاعلام والتوجية والتوجية والتثقيف وفقا لإمكانيات كل وسيلة ورغبات كل متلق.

ويضاف الى ذلك أن مقدرة أى وسيلة من الوسائل على جعل المضمون يتسم بواقعية وبحيوية أكبر قد تزيد من تأثير تلك الوسائل.

وسوف نتناول معالم هذه العلاقة فيما يلي[5]:

**1- الرأى العام والراديو**

الراديو نشاط الخيال، وهو من وسائل الإتصال الجماهيرى، التى تقضى على عزلة الناس عن العالم الخارجى مهما كان المكان الذى يعيشون على أرضه، ويمكن تحديد تأثير الراديو فى الرأى العام فى الأتى:

1- تحقيق القدر الذاتى من وحدة التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة.

2- تحفيز الناس على إختلاف ميولهم وإتجاهاتهم ومشاغلهم على الإهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والأسهام فيها.

3- التخفيف من حدة العصبيات الأقليمية والاقلال من شأنها.

4- متابعة تثقيف الجماهير وإشباع إحتياجاتها الفكرية والنفسية والأرتفاع بمستوياتها الثقافية والحضارية.

5- دحض الشائعات الضارة فى الحال، وخاصة فى أوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون تفشى البلبلة الفكرية.

**مثال:** شائعات الفراخ البيضاء ودورها فى الاصابة بمرض الفشل الكلوى.

6- القيام بدور أساسى فى الدعوة للقيم الجديدة وتدعيم القيم التى تخدم التطور وتعرية القيم التى تعوقه.

وفى المستقبل القريب، سوف نشهد جيلا جديدا من الأقمار الصناعية المخصصة لإرسال الراديو دون غيره، وسوف يتيح مزيدا من تعددية الأراء وفرصة أكبر لحرية الأعلام الأذاعى.

## 2- الرأى العام والتليفزيون

يعتبر التليفزيون من أبرز وسائل الاعلام الجماهيرى تأثيرا على الرأى العام، فهو ذو أهمية فى الدعاية السياسية حيث يستطيع أن يوّثق الصلة بين الجمهور والشخصيات السياسية أكثر مما تستطيع الأذاعة[6].

والتليفزيون أصبح أهم الأسلحة التى تلجأ اليها الأحزاب لكسب ثقة الجماهير وأصواتهم فى الانتخابات، والتليفزيون له تأثير على الرأى العام العالمى سواء عن طريق تصدير البرامج الى الدول الأخرى، أو الأرسال والأستقبال التليفزيونى بالأقمار الصناعية أو الأنترنت.

ويمكن أن يكون التليفزيون مدرسة عامة للشعب يبث عن طريقها الوعى السياسى والحضارى وحوافز للتقدم والتغيير.

وهناك عدة مستجدات للرأى العام صاحبت التيلفزيون فى عصر البث الفضائى وهى[7]:

1- انتشار أجهزة استقبال القنوات الفضائية بشكل متزايد وملفّت للنظر سواء الثابتة أو المتحركة المفتوحة أو المشفرة، فلقد دخل التليفزيون البيوت العربية عبر البوابة الفضائية وإنتشرت القنوات الفضائية من أوسع أبوابها ويتزايد تأثيرها المباشر على عقول الصغار والكبار.

2- ظهور القنوات التليفزيونية المتخصصة نتاجا لما إبتكرت تكنولوجيا الأتصال الحديثة، وتمشيا مع روح العصر، وإستجابة لدوافع وحاجات الجماهير. وإتخذت أحد الشكلين:

أ- قنوات متخصصة فى المضمون وهى التى تستهدف جمهورا عاما مثل قنوات الدراما والموسيقى.

ب- قنوات متخصصة فى الجمهور الذى تخاطبه، وهى قنوات تستهدف الوصول الى قطاع معين ومحدد من الجمهور الذى تجمعه خصائص وسمات متشركه مثل القنوات المخصصة لرجال الأعمال.

3- مارس الاعلان الدولى دورا بارزا فى انتشار المحطات الفضائية والقنوات المتخصصة العابرة للحدود، وأدى التنافس على العائدات الأعلانية الى أن يصبح الاعلان الدولى سمه واضحة فى هذه القنوات مما انعكس على طبيعة المحتوى المقدم بحيث يتلائم مع فلسفات وتوجهات المعلنيين.

**3- الرأى العام والصحافة**

تحتل الصحافة المرتبة الأولى من بين وسائل الاعلام كلها فى التأثير فى الرأى العام[8]، ويرجع ذلك لعدة أسباب منها:

1- إهتمام الصحافة أكثر من غيرها بالخوض فى القضايا السياسية والأجتماعية ومناقشتها بأسهاب وعرض وجهات النظر المختلفة وخلفيات الأبناء في مساحات واسعة وثابتة بالجريدة يمكن الرجوع إليها بسهولة في أي وقت.

2- يميز الباحثون بين ثلاثة أنواع من الصحف يتفاوت تأثيرها على الرأى العام بحسب الفئة الأجتماعية التى تستعملها وهى:

**- الصحافه المتخصصة:**

وهى التى تعالج على صفحاتها مواضيع متخصصة ويطالع هذه الصحافة الصفوة والقادة والمثقفون.

- **الصحافه المتميزة**

وهى الصحافة الأخبارية التى تعتمد أساليب المنطق والعقل فى معالجتها للموضوعات المختلفة وتشمل مضامينها على أهم الأنباء.

- **الاعلام الشعبى:**

ويتألف من الصحافه الشعبية – بالأضافة الى الأذاعة والتليفزيون، وهذا النوع من الاعلام يقدم مواد خفيفة تهتم بالتسلية والترفية، كما أن عرضه للأخبار يكون سطحيا وسريعا وغير متعمق، يميل نحو الأثارة وتمضية الوقت فى معالجاته للموضوعات المختلفة.

ويقسم الدكتور مختار التهامى محتويات الصحيفة بالنسبة لمدى تأثيرها فى الرأى العام الى[9]:

1- أبواب لها علاقة مباشرة بتوجية الرأى العام مثل الأفتتاحية والكاريكاتير والأعمدة، وبريد القراء والمقالات الأجتماعية والسياسية والأقتصادية، والنقد الفنى والأعلانات، حيث تتسم هذه الأبواب بالتحيز المتعمد الذى يرمى للتأثير فى الرأى العام.

2- أبواب لها علاقة غير مباشرة بتوجيه الرأى العام:

مثل الطرائف والقصص القصيرة والهزليات والمواد المثيرة بصفة عامة التى تدور حول الخرافة والجنس والجريمة، قد لا تكون موجهة بصفة أساسية للتأثير فى الرأى العام إلا أنها تؤثر بلا شك فى القيم الخلقية والثقافية للجمهور وخاصة الشباب وصغار السن مما لابد أن ينعكس أثره على أحكام الرأى العام واتجاهاته، إما عاجلا أو أجلا.

3- أبواب لها علاقة عادة بتوجية الرأى العام مثل صفحات الوفيات والنشرة الجوية وبرامج الأذاعة والتليفزيون والسينما.

فمثل هذه المواد وأمثالها ألا تثير النقاش عادة على نطاق عام وليست موجهة فى الظروف العادية الى تكوين رأى عام حول مسألة معينة.

وان كانت هناك أحيانا استثناءات تفرضها أوضاع بعينها، ومن هذا القبيل الحملات الدعائية المغرضة التى قد تقوم بها بعض الجهات والتى تستغل عادة كل أبواب الصحيفة لتحقيق أغراضها، سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

**قياس الرأى العام**

يساعد قياس الرأى العام فى معرفة الواقع الفعلى بحجمه الطبيعى الي حد كبير، حيث يمكن معرفة المعلومات والأراء والاتجاهات السائدة وإحتياجات الرأى العام ورغباته. كما يوفر كم كبير من المعلومات عن الرأى العام ومقوماته وإتجاهاته تساعد على إتخاذ القرار المناسب فى ضوء الحقائق المتوافرة وتوجيه الرأى العام توجيها سليما وإمداده بما يحتاج إليه من معلومات وأراء واتجاهات تساعده فى دفع عملية التنمية[10].

وقد لجأ الحكام فى المجتمعات العربية فى الماضى والحاضر الى طرق بسيطة، للتتعرف من خلالها على أراء الناس وأحوالهم، منها خروج الحاكم ليسمع بنفسه رأى الناس وإطلاق بعض المقربين للتعرف على أحوال الناس وأرائهم.

تعود بدايات الأهتمام بقياس الرأى العام الى حوالى عام 1824م، حينما حاولت بعض الصحف وغيرها من المؤسسات التى تهتم بالتجارة والتسويق، ومن خلال إستطلاع الرأى العام عن طريق عمل إستفتاءات فيما كان يسمى بالأقتراع الأولى، ولكن هذه الطرق كان ينقصها الدقة والتمثيل الصحيح لفئات الرأى العام، وبالتالى كانت لا تدعو الى الثقة فيها وإمكانية تعميمها على المجتمع.

بل أدى الأسلوب الذى أتبعته مجلة (الخلاصات الأدبية) مثلا الى إفلاسها، حيث إعتمدت على عينات مأخوذة من قوائم أصحاب السيارات، ودفاتر التليفونات وهى عينات غير ممثلة للمجتمع ومتحيزة لذوى الدخول العالية نسبيا.

ثم بعد ذلك تم الانتقال من مرحلة التكهن الى مرحلة العلم فى مجال قياس الرأى العام، مع محاولة الحصول على عينات ممثلة للمجتمعات[11].

وقد بدأت هذه المرحلة بالعينة الحصصية لما تتميز به من قلة النفقات وسرعة الأنجاز، حيث أتبع "جورج جالوب" الذى أنشأ معهد جالوب للرأى العام عام 1935، طرق المعاينة الصحيحة، ونجحت عملية قياس الرأى العام نجاحا كبيرا فى التنبؤ بنتائج إنتخابات الرئاسة فى الولايات المتحدة الأمريكية عامي 1940، 1944.

وأدى فرط الثقة الى نوع من الغرور، جعل هذا المراكز تتنبأ فى وقت مبكر بفوز ديوى بالرئاسة – أنذاك- على منافسة ترومان عام 1948م، وفشلت هذه التنبؤات فشلا ذريعا، وتعرضت عملية قياس الرأى العام على أثر ذلك لهجوم عنيف من معارضيها، ولكن سرعان ما عادت الثقة إليها مرة اخرى، عندما تنبأ معهد جالوب عام 1960 بنتائج الإنتخابات الرئاسة الامريكية بين كنيدى ونيكسون تنبؤا صحيحا ودقيقا.

وفى أوائل السبعينيات كانت مرحلة النضج فى مجال إستطلاعات الرأى العام، من خلال التركيز على الجانب الديناميكى الخاص "بالعملية " وليس مجرد الأكتفاء برصد موقف الرأى العام فى اللحظة الأتية مثل: مشروع المسح الاجتماعى العام (GSS) والمسح الأجتماعى الدولى (ISSP) والبارومتر الأوروبى (EBS) [12].

**قياس الرأى العام فى الدول العربية:**

يمكن القول بأن غياب المناخ الديمقراطي وإنتهاك الحريات العامة في مجمل الأقطار العربية قد ضاعف من عمليات الخوف والحجر على مناقشة قضايا الرأي العام وإجراء إستطلاعات منتظمة وعلمية وعلانية له في العالم العربي، كما ضاعف أيضا من عمليات التلاعب بالرأي العام لخدمة الحكومات العربية القائمة، ورغم كثرة الحديث عن الرأي العام العربي، وتعدد محاولات إستغلاله وتوظيفه وإدعاء الحديث بإسمه، فإن الساحة العربية لم تشهد حوارا جادا ومتصلا وعلميا حول القضايا التي يثيرها الرأي العام، وإمكانية إستطلاع آرائه ورصد وتحليل توجهاته، فضلا عن علاقته بعملية التحول الديمقراطي التي يجرى الحديث عنها بإلحاح في العقد الاول من القرن الواحد والعشرين.

ونركز على مصر "كنموذج"، حيث تعتبر مجموعة الإنتخابات والاستفتاءات من أهم معالم التجربة المصرية فى قياس الرأى العام، إلا أنها لا تتمثل قياسا دوريا متتابعا لإتجاهات الرأى العام المصرى.

كما أنها تقيس إتجاهات الرأى العام حيال بعض القضايا المطروحة من قبل القيادة السياسية فقط، أو الموضوعات الهامة التى تقتصر فى الغالب على الموضوعات السياسية وذلك خلال فترة حكم الرئيس مبارك.

وهناك مجموعة تقارير الرأى العام التى تعدها بعض الجهات الرسمية كالهيئة العامة للاستعلامات ومراكز الاعلام المحلية، فلقد أنشأت مصحلة الاستعلامات - كما كانت تسمى فى الماضى – معهد الرأى العام والاعلام للقيام بعمليات إستطلاع الرأى التى تساعد فى تخطيط وتنفيذ السياسيات الحكومية على ضوء حاجات الشعب ورغباته ولم تقتصر وظيفة المعهد على مجرد الحصول على إجابات ذات قيمة ممكن

يستجوبنها، كما يحدث فى معظم الدول المتقدمة، وإنما تتضمن تعليم الجمهور وتدربيه على أن يعبر عن رأيه. حيث تعتمد الهيئة على أفراد متخصصين يطلق على كل منهم أخصائى الرأى العام.

كما توجد مجموعة مراكز خاصة تحتاج الى الدعم مثل المجموعة الأستشارية للشرق الأوسط "ميج" والمكتب الدولى لاستشارات المعلومات.

كما توجد قياسات الرأى العام حيال الموضوعات محددة تقوم بها بعض الجهات لخدمة أهدافها العملية.

**مثال:** إتحاد الاذاعة والتليفزيون والمجلس القومى للسكان، والمجلس القومى للأمومة والطفولة.

كما يعد جهاز الرأى العام بالمراكز القومى للبحوث الأجتماعية والجنائية، أول جهاز متخصص فى هذا المجال، فقد قام بإستطلاعات عن إتجاهات الرأى العام نحو موضوعات محددة، كالأنجاب، العمل فى الدول العربية، زيادة السادات للقدس، ظاهرة الدروس الخصوصية.

يضاف الى ذلك فلقد أنشأة جامعة القاهرة وبالتحديد فى كلية الاعلام، مراكز لبحوث الرأى العام، وذلك فى 21 يونيه 1982، حيث تبرز أوجه نشاطه فى الأتى[13]:

1- البحوث والدراسات الخاصه بقياس الرأى العام فى مصر وخارجها.

2- القيام بخدمات التدريب والأستشارات العملية للجهات المختلفة فى مصر وخارجها.

3- إصدار المجلة المصرية لبحوث الرأى العام.

4- القيام بعمليات الترجمة العلمية والنشر للبحوث والدراسات المتصلة.

5- تنظيم المؤتمرات والندوات الخاصه بأهداف المركز.

معوقات قياس الرأى العام كما يراها خبراء الاعلام والرأي العام:

هناك عدد من العوائق والعقبات التى تواجه عملية قياس الرأى العام فى الدول النامية منها[14]:

1- قلة المعلومات ونقصها – كما وكيفا – أمام الأفراد فى العالم النامى، على الرغم من أهميتها فى تكوين الرأى العام، فالفرد فيها لا معلومات عنده، لا رأى سديد له.

2- النقص الشديد فى وسائل نقل المعلومات فى الدول النامية، ففى مصر مثلا لم تكن وسائل الاعلام تغطى كافة أنحاء مصر حتى بدأت مرحلة السيادة الأذاعية منذ عام 1981 وزادت قوة الارسال الاذاعى تباعا، كما توجد مشاكل تواجه وصول الصحف الى الأرياف والمناطق النائية ولازدياد نسبة الفقر بها.

3- تحول بعض الخصائص الأجتماعية والأقتصادية والتعليمية للأفراد فى الدول الناميه دون الأستفادة من المعلومات المقدمة من وسائل الاعلام، من حيث تصل نسبة الأمية الى 56.1%، بالأضافة الى السطحية، وعدم العمق، وصغر شرائح الرأى العام المعتدلة، وكبر شرائح الرأى العام المتطرف لضعف أو حتى اختفاء الطبقة الوسطى. علاوة على إنخفاض الدخول، الأمر الذى يحدد من شراء وسائل الاعلام المطبوعة والتعرض بالتالي للانترنت.

4- يحول النقص الواضح فى الموارد المالية للدول النامية دون إجراء قياس علمى دورى دقيق لما يتطلبه ذلك من تكاليف باهظة الثمن وأساليب متقدمة.

5- كثرة المشكلات المنهجية التى تواجه قياس الرأى العام وفى مقدمتها التشكيل فى أهمية قياس الرأى العام، إنخفاض الوعى بأهمية الأستطلاعات، قلة العائد من الاستبيانات البريدية، وعدم الادلاء ببيانات صحيحة، محاولة التخلص من الباحث كثرة ظهور فئة "اللا رأى"، وصعوبة تطبيق إختبارات الصدق لعدم وجود محكات خارجية للقياس.

وقلة أو ندرة الباحثين المؤهلين المدربين الأمناء لجمع البيانات وقلة جهات التدريب لهؤلاء الباحثين.

**التقسيم الوظيفى لمسوح الرأى العام:**

يتمثل التقسيم الوظيفي لمسوح الرأي العام كما يراها الاعلاميون فيما يلي[15]:

1 – إستطلاع الرأى العام:

ويستهدف التعرف السريع والفورى للرأى العام حيال قضية أو قضايا معينة، حيث يكتفى بمعرفة الرأى العام والنسب المئوية أو رصد الشائعات.

2- قياس الرأى العام:

ويستهدف التعرف على الأراء والدوافع الكامنة ورائها ويتميز بالبطء النسبى فى إنجازه، ويستخدم أساليب متقدمة فى التحليل الاحصائى.

3- بحوث الرأى العام:

وتستهدف توفير ذخيرة حية من المعلومات تفيد فى التخطيط الاعلامى، وقد تكون بحوثا نظرية مثل البحوث التى تتناول مقدمات الرأى العام فى دولة ما.

أو بحوث ميدانية مثل تحليل دوافع مروجى الشائعات وخصائصها ودوافع وأنماط التعرض لوسائل الاعلام، أو الكشف عن قادة الرأى العام فى المجتمع وخصائصهم، وقد تكون بحوثا تحليلية لمضمون ما يكتسب أو يذاع داخل البلاد وخارجها، مثل تحليل بريد القراء المنشور وغير المنشور، صحفات وأعمدة الرأى، وكذلك البرامج السياسية من قنوات فضائية.

**أهمية إستطلاعات الرأي العام :**

تعد مسألة إستطلاعات الرأي العام في أي مجتمع من أهم عوامل تقدمه وتطوره ومشاركة من قبل الافراد في تصحيح مثاره ومن أهم خطوات الديمقراطية في أي مجتمع من المجتمعات، وتزداد أهمية إستطلاعات الرأي العام علي الانترنت مع الانتشار الكبير لوسائل الاتصال اتفاعلي وزيادة عدد مستخدمي الانترنت في مصر والعالم العربي لذلك ينبغي التأكيد علي الاتي:

1- التأكيد على ضرورة القيام ببحوث الرأى العام وقياسه بطريقه دورية ومستمرة لمختلف القضايا، لأن المخاطر التى قد تنجم عن عدم قياس الرأى العام، وإفتراض الأحاطه به دون معرفة ميدانية حقيقية، وتجاهل قياسه فى بعض الحالات، تعتبر مخاطرة عالية نسبيا يمكن تجنبها بالقياس العلمى الدورى الدقيق.

2- ضرورة إتباع الأسس العلمية فى قياس الرأى العام المتمثله فى تحديد المشكلات والموضوعات المطلوب قياس الرأى العام بشأنها، واختيار العينات الممثلة

تمثيلا صحيحا للمجتمع المراد قياس الرأى العام به، وتصميم أدوات جمع البيانات والمعلومات بطريقة صحيحة وموضوعية ودقيقة تضمن التعرف والكشف الدقيق عن اتجاهات الرأى العام، والقيام بعمليات التحليل والتفسير وربط نتائج القياس بالمؤشرات الأخرى ربطا علميا يساعد على المعرفة المتكاملة والاحاطية الموضوعية، ويؤدى الى إمكانية التنبؤ بإتجاهات الرأى العام مستقبلا[16].

3- عدم الاقتصار على جهة واحدة فقط فى عملية القياس الرأى العام، والسعى الى إحداث أكبر قدر من التكامل بين جهود عدة مؤسسات بحثية أو مراكز بحوث، لأن ذلك سيؤدى بالضرورة الى تعدد وجهات النظر.

4- أهمية الربط بين نتائج القياس الرأى العام والمضمون الاعلامى الموجه الى المواطنين عبر وسائل الاعلام أو أشكال الاتصال الشخصى.

5- ضرورة دعم وحدات قياس الرأى العام بالأمكانات المادية والتكنولوجية التى تساعد على سرعة القيام بعمليات جمع البيانات وتبوبيها وتحليلها واستخلاص نتائج متنوعة منها.

6- أهمية التدريب المنظم للقوى البشرية من المتخصصين فى مجال دراسات وقياسات الرأى العام، فى الداخل والخارج.

**العينات في بحوث الرأي العام:**

يتكون أي مجتمع من المجتمعات من وحـدات "أفـراد مـثلا أو أسر"، ويتعـين عـلى الباحـث أن يحدد ما إذا كان يجمع بياناته من كل وحدات المجتمع الـذى حـدده، أم مـن عينـة صـغيرة ممثلـة لمجتمع البحث الذي أنت بصدده، وهنا يجد الباحث نفسه أمـام نـوعين مـن البحـوث فـيما يتعلـق بنطاق الدراسة.

**أنواع البحوث:**

تنقسم البحوث في الرأي العام إلي[17]:

البحوث الشاملة، وبحوث العينات.

**أولا: البحوث الشاملة:**

تعتبر البحوث الشاملة هى البحوث التى تجـرى عـلى كـل وحـدات المجتمـع مـثلما يحـدث فى التعددات الهامة للسكان أو الزواج أو المواليد... الخ.

ولكن هذه الطريقة كثيرة التكاليف وتحتاج الى وقت طويل وإمكانيات طائلة قد لاتتـوفر كلهـا أو بعضها للباحثين.

فقد يتطلب الجهد الوفير والوقت عندما تقوم بعض الحكومات بإحصـاء قـومى عـام كـل عشر سنوات مع أن الاحصاء لا يشتمل الى على عملية "عد بسيطة" بينما تتطلب بعض البحوثات التعمـق فى دراسة الحالات.

ولكن هناك ميزة واحدة – كما يرى معظم الباحثين فى مناهج البحث – لأسلوب الحصر الشامل وهى تجنب أخطاء التعميم التى تنتج عند إستخدام بيانات مأخوذة من قطـاع معـين مـن المجتمـع "عينة" فى الحكم على المجتمع ككل.

ويزداد نجاح إستخدام الحصر الشامل خاصة إذا ما كان المجتمع المبحوث محدودا أو قليل العدد كطلاب بعض الكليات أو عمال مصنع من المصانع.

**ثانيا : بحوث العينات:**

وهى البحوث التى تتناول بالدراسة بعضا يمثل الكل يختار بطريقة علمية.

وفكرة العينات ليست جديدة، بل معروفة منذ زمن طويل ويستخدمها الرجل العادى فى حياته اليومية عدة مرات فى مختلف شئونه دون أن ينتبه الى أنها طريقة علمية تؤدى الى إستناجات سليمة إذا بنيت على أساس علمى.

فعندما يطلب الطبيب فحص دم المريض يكتفى طبيب التحاليل بتحليل قدر صغير من دم المريض، وليس كل دمه بالطبع.

وقد أكدت كثير من البحوث على أن العينة إذا إختيرت ممثلة للمجتمع الذى تؤخذ منه، تؤدى الى توفير كثير من الجهد والوقت للباحث وتكون النتائج قريبة من النتائج التى نحصل عليها لو أجرينا البحث على المجتمع كله.

**ومن مميزات بحوث العينات:**

2- إختصار الوقت والجهد والتكاليف مقارنة بالبحوث الشاملة.

3- يمكن الحصول بسهولة على الأجابات الدقيقه إذا ما إستخدمنا جزءا من المجتمع الكلى، ويسهل تتبع غير المستجيبين فى حالة البحث بالعينة، بينما يكون ذلك صعبا فى حالة الحصر الشامل.

4- يمكن الحصول من أفراد العينة على بيانات أكثر مما نستطيع الحصول عليه من أفراد المجتمع كله مما يجعلنا نتعمق فى الدراسة من أجل الحصول على

باحثين مدربين أو يمكن تدربهم – لقلة عـددهم – حتـى يمكـنهم الحصـول عـلى الاجابـات التى تحتاج الى شرح بعض المصطلحات أو المفاهيم المتعلقه بالسؤال.

4- طبيعة المجتمع محل الدراسة قد تفرض عـلى القـائمين بالبحـث إسـتخدام أسـلوب العينـات فقط كتحليل دم المريض، أو إجراء بحث للتعرف على مدى مشاهدة برنامج ما.

**أنواع العينات فى بحوث الرأى العام.**

تنقسم العينات الي نوعين: إحتمالية وغير إحتمالية[18].

**أولا: العينات غير الأحتمالية:**

وهى العينـات التـى تؤخـذ بغـير الأسـس السـليمة وتـتلخص عيوبهـا فى أنهـا لا تمثـل المجتمـع الماخوذة منه تمثيلا صحيحا أو علميا، ولذلك فان نتائجها لا تصلح للتعميم على المجتمع كلـه بالثقـة المناسبة مثل:

**1- العينات العارضة:**

وفيها يتجه الباحث الى إختيار الحـالات التـى تصـادفه مثـل مـا يحـدث فى معظـم التحقيقـات الاعلامية حينما يسأل الاعلامى أول من يصادفه فى الشارع.

2- العينات العمدية:

وفيها يختار الباحث حالات يعتقد أنها تمثل المجتمع فى الجانب الذى يتناول البحث. مثل إختيار منطقة بعنيها لكى يجرى الباحث فيها بحثه معتقدا أن سكانها يمثلون الذين يستخدمون الأنترنت.

وأكد القائمون بالاستقصاءات فى بحوث الرأى العام أن بعض المناطق تعطى نتائج قريبة جدا من نتائج المجتمع الأصلى، مما يدفعهم الى الاعتماد على هذه المناطق ما داموا يعلمون بخبرتهم السابقة أنها تعطى صورة صحيحة للمجتمع كله.

وتوفر هذه الطريقة على الباحث الكثير من الوقت والجهد الذى يبذله فى إختيار العينة، إلا أنها تستلزم معرفة المعالم الأحصائية بالنسبة للمجتمع الأصلى خاصة بالنسبة للوحدات التى يرغب الباحث فى إختيارها، وهو أمر قد لا يتيسر فى كل الأحوال. كما أن تعرض الخصائص للتغيير المستمر يجعل معرفة الباحثين بالخصائص المجتمعية والأحصائية والأتصالية لمجتماعاتهم البحثية لفترات طويلة أمرا مشكوك فيه، الأمر الذى يهدم الأساس الذى تنهض عليه العينات العمدية.

3- العينة الحصصية:

يكثر إستخدام العينة بطريقة الحصة فى البحوث بصفة عامة، وفى إستطلاعات الرأى العام بصفة خاصة، لما تتميز به من سرعة، حيث يقسم الباحث المجتمع الى طبقات أو فئات بالنسبة لخصائص معينة، ويعمل على تمثيل كل فئة من فئات العينة بنسبة وجودها فى المجتمع.

ويرى المتخصصون فى بحوث الرأى العام أن هذا النمط من العينات هام جدا فى الإستطلاعات الفورية للرأى العام، نظرا للسرعة التى تتم بها، وقلة تكاليفها بالمقارنة بغيرها من أنماط العينات الأخرى.

**ويوجد أسلوبان للضوابط التى تختار بها العينة الحصصية هى:**

**1- أسلوب الضوابط المستقلة:**

وفيه يتعمد الباحث على الاجمالى فقط وتستقل الضوابط تماما، بحيث يكون كل ضابط بمعزل عن الأخر.

**2- أسلوب الضوابط المرتبطة تبادليا:**

وهو عكس الأسلوب السابق، حيث ربط الضوابط كلا بالاخر.

**ثانيا العينات الأحتمالية:**

يمكن تعريف العينات الأحتمالية بأنها العينات التى يتم إختيار جميع مفرادتها من بين وحدات المعاينة التى يتكون منها المجتمع بأسلوب احتمالى يوفر لكل وحدة من وحدات المعاينة فرصة متساوية مع باقى الوحدات، ولذلك نستطيع تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع، ومن ثم فهى ضرورة عندما يكون الغرض من البحث هو الحصول على نتائج دقيقة يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة كله بدرجات من الثقة[19].

حيث يتسنى قياس الأخطاء النائجة عن عملية المعاينة والتحكم فى هذه الأخطاء بأساليب يوضحها علم الاحصاء.

وتمكن العينات الاحتمالية الأحصائيون مـن تقـدر خطـأ المعاينـة وتحديـد حجمهـا، والأسـتنتاج الاحصائى وتعميم نتائجها على المجتمع ككل.

وبالتالى فان العينات العشـوائية هـى العينـات التـى تختـار وحـداتها بأحـدى وسـائل الاختيـار العشوائى، وفيما يلى أهم أنواع العينات العشوائى:

**1- العينة العشوائية البسيطة:**

وهى التى تختار بطريقه تحقق لجميع وحدات المعاينة بالمجتمع نفس الفرصـة فى الاختيـار أو الظهور، وهذه العينات لا تتيح فقط لكل فرد فى المجتمع فرصة متساوية للظهور فى العينة، بل تتيح أيضا لكل مجموعة من مجموعاته نفس الفرصة.

ويتم إختيار العينات العشوائية البسيطة عن طريق[20]:

**أ – الاقتراع المباشر:**

ويعنى أن يعطى كل فرد من أفراد المجتمع رقما على ورقـه منفصـله، ثـم تطـوى هـذه الأوراق وتخلط جيدا ويختار منها بالقرعة العدد المناسب.

**مثال** أفراد من مجتمع مكون مـن 900 مـثلا، فإنـا نعطـى كـل فـرد فى المجتمـع رقـما مسلسلا نضعه على بطاقه، ثم تخلط هذه البطاقات ونبـدأ بعـدها فى سـحب واحـده تلو الأخرى.

**ب – الجداول العشوائية:**

وتعنى ترقيم أفراد المجتمع بأرقام مسلسلة، ويختار منهم أصحاب الأرقام التـى تسـتخرج مـن الجداول بأية طريقه منظمة بالحجم المطلوب للعينة.

**ج- الحاسب الألى:**

وييستخدم فى حالة المجتمع الكبير، ومن مميزات العينة العشوائية البسيطة أنها سهلة الأختيار، ومن عيوبها أنها لا تضمن العينات العشوائية البسيطة تمثيل كل مجموعة من مجموعات أو طبقات المجتمع، خاصة إذا كان هذا المجتمع يتسم بعدم التجانس من حيث الظاهرة موضع الدراسة.

مثل مجتمع طلاب كلية الاعلام به 90% من الأناث و10% من الذكور واختيار عينه عشوائية بسيطة لدراسة العلاقة بين النوع ومشاهدة التليفزيون، فقد لا يتم تمثيل الجنسين فى العينة بنفس النسبة فى المجتمع.

**د- صعوبة إختيار** عينة عشوائية بسيطة من مجتمع كبير.

**ح- يؤدى إنتشار مفردات** المجتمع إنتشارا واسعا كما فى المنطاق الصحراوية ووقوع بعض المفردات فى أماكن نائية، وإحتمال إختيار بعض هذه المفردات فى العينة العشوائية البسيطة يؤدى الى زيادة تكاليف البحث.

**2 – العينة العشوائية المنتظمة:**

وهى العينات التى تمتاز بسهولة اختيار مفرادتها، وقلة تكاليفها خصوصا فى المجتمعات الكبيرة، حيث يتم تقسيم المجتمع الأصلى الى مجموعات متساويه فى العدد أو الفئات مع مراعاة أن اختيار وحدات العينه يتم عشوائيا من بين وحدات المجموعة الأولى، ثم بعد ذلك يتم اختيار بقية الوحدات بشكل منتظم.

**مثال:** إذا كان مجتمع الدراسة يتكون من الف مفردة، وكان حجم العينة التى سيتم إختيارها مائة مفردة، وإذا إختيرت الوحدة الأولى عشوائيا من وحدات المجموعه الأولى، وكانت هذه الوحده رقم 9 مثلا، فان الوحدات

التالية التى تضم الى العينة هى الوحدات التى يكون ترتيبها 9+10= 19، والذى يليها 19+10= 29... الخ.

ولكن ما أوجه الأختلاف بين العينه العشوائية البسيطة والعينة العشوائية المنتظمة؟

يتم إختيار جميع مفردات العينة العشوائية البسيطة عشوائيا، بينما فى العينة المنتظمة يتم إختيار المفردة الأولى فقط بطريقة عشوائية، حيث يتحدد بعد إختيار الباحث للمفردة الأولى فى العينة إختياره لبقية المفردات، عكس العينة العشوائية البسيطة التى يكون إختيار كل مفردة من مفرادتها مستقلا عن إختيارات المفردات الأخرى.

وأبرز عيوب العينة العشوائية المنتظمة أنها لا تصلح فى الأختيار اذا كان أفراد المجتمع مرتبين فى قوائم بنظام خاص يزيد من فرص ظهور أفراد بذاتهم يختلفون عن غيرهم فى سمه من السمات المتصله بموضوع البحث، كالتفوق الدراسى.

كذلك عيب التحيز الذى كثيرا ما يدخل فيها مما يبعدها عن أن تكن عينة عشوائية حقيقية[21].

**مثال**: إذا طلب من القائمين بالبحث الميدانى أن يزوروا المساكن رقم 9، 19 و29... الخ، ففى بعض الأحياء فان هناك إحتمال أن يترك بعض الباحثين الشقق التى تقع فى البدروم أو السطوح.

**3- العينة العشوائية الطبقية.**

وهى العينة التى تعنى إمكانية تقسم الأطار الكلى للمجتمع الى إطارات فرعية، كل إطار يمثل مجموعة "طبقة" متجانسة، وتختلف كل مجموعة "طبقة" عن الأخرى من حيث الظاهرة التى يراد دراستها.

كما أن معرفة حجم كل مجموعة أو طبقة معرفة جيدة إذا أن حجمها يـدخل فى تقـدير حجـم العينة التى تسحب من كل طبقة، كـما أن التقـديرات التـى ستسـحب مـن كـل مجموعـة أو طبقـة سترجح بنسبة تلك الطبقة الى حجم المجتمع للوصول الى تقدير شامل للظاهرة فى المجتمع ككل.

وتتميز هذه العينة بدقة تمثيلها للمجتمع الأصلى بحيث يضمن الباحث ظهور وحـدات مـن أى جزء من المجتمع تهمه دراسته[22].

كما تساعد هذه العينة على تقليل التباين الكلى للعينة وذلك بتقسيم وحدات العينـة بطريقـة تجعل التباين داخل الطبقة أقل ما يمكن.

ويمكن الحصول على درجة عالية من الدقة فى النتائج بإختيـار عينـة طبقيـة أصـغر حجـما مـن العينة العشوائية البسيطة، الأمر الذى يوفر الوقت والجهد.

مع الاخذ فى الأعتبار أن دقة البيانات التى نحصـل عليهـا مـن أيـة عينـة يتوقـف عـلى حجمهـا وتجانس المجتمع.

**هناك ثلاث مستويات لأختيار هذه العينة وهى**[23]:

1- التوزيع المتساوى: وهو أدنى مستويات الدقة فى الأختيار، وفيه نقسم عدد مفردات العينـة الكلية على طبقات المجتمع بالتساوى، حتى لو إختلـف عـدد أفـراد كـل طبقـة عـن عـدد الطبقة الأخرى فى هذا المجتمع.

**مثال:** فى معظم كليات الاعلام قد تجد أن نسبة الأناث أكثر من الذكور، ويمكن إختيـار العينة الطبقية بأسوب التوزيع المتساوى 50% للاناث، 50% للذكور.

2- التوزيع المتناسب: أى توزيع العينة بشكل يتناسب مع مجتمع الدراسة فاذا كان المجتمع مكون من 1000 حالة موزعة على طبقات الأولى 500 والثانية 300 والثالثة 200 فان حجم العينة عند توزيعها بأسلوب متناسب سوف يكون 50، 30، 20 وهكذا.

3- التوزيع الأمثل: وهذا يتم وفقا لاعتبارين: الأول: حجم الطبقة فى المجتمع، ومستوى التجانس.

حيث ينبغى أن تزيد من عدد أفراد الطبقة التى توجد اختلافات كبيرة بين مفرداتها.

فاذا كان لدينا مجتمع مكون من ثلاث طبقات فان:

الأولى 500 وانحرافها المعيارى 1

والثانية 300 وانحرافها المعيارى 2

والثالثة 200 وانحرافها المعيارى 3

ويكون إختيار عينة حجمها 100 فرد كالأتى:

عدد حالات الطبقه الأولى = $\frac{1\times500 \times 100}{(3\times200)+(2\times300)+(1\times500)} = 30$

وعدد حالات الطبقة الثانية =

$$35 = \frac{2\times300 \times 100}{(3\times200)+(2\times300)+(1\times500)}$$

وعدد حالات الطبقة الثالثة =

$$35 = \frac{2\times300 \times100}{(3\times200)+(2\times300)+(1\times500)}$$

**4- العينة الثابتة أو الدائمة:**

وهذه العينة تبدأ بالأختيار العشوائى من المجتمع، ثم تجمع بيانات من هذه العينة على فترات منتظمة سواء بالبريد أو المقابلة الشخصية لأفراد العينة.

لذلك تفيد هذه العينة فى دراسة التباين والتغيير فى الأتجاهات أو السلوك، وفى دراسة الأثر الناتج عن مؤثرات متغيرة.

وفى تطبيق ذلك فقد نختار عينة ونسألها دوريا عن أرائها فى بعض البرامج أو الحملات الاعلامية أو المسرحيات أو الأفلام أو القرارات والسياسيات الاقتصادية أو الاجتماعية.

وتتميز هذه العينات بالسرعة فى إجراء البحوث، فالعينة جاهزة، وسبق للباحثين معرفة مفرادتها، ولن يضيع وقتهم فى البحث عن العناوين.

كما تتميز بالحد من التكاليف التى تدفع بإستمرار لسحب عينة جديدة فى كل مرة يجرى فيها بحث، بالأضافة الى توفير الوقت اللازم لإستخدام مفرداتها.

وتكاد تكون هذه العينة الوحيدة ذات الكفاءة التى تمكن من دراسة التغيير فى عادات وأنماط التعامل مع وسائل الاعلام والفنون بالنسبة للأحداث أو الموضوعات ذات الأمتداد الزمنى كالسياسيات الاقتصادية والاجتماعية، كما تفيد فى تحديد الترتيب الزمنى للمتغيرات مادام السبب يسبب الأثر.

ولكن عيوب العينات الثابتة أن أفراد هذه العينة قد يتحولوا بمرور الوقت وتدريجيا الى نقاد أكثر منهم مواطنين عاديين[24].

ومن العيوب أيضا أن الفرد قد يتمسك بما سبق أن أدلى به من أراء على الرغم من أنه يحتمل أن يكون قد أثرت على عاداته وأرائه الوسائل الأعلامية أو التجربة ذاتها أو الحملة الأعلامية كحملة الجفاف أو ترشيد استهلاك المياة... الخ

**5- العينة متعددة المراحل:**

وتعنى إختيار عينة الدراسة على مراحل متعدده، ففى العينة العشوائية البسيطة أو العشوائية المنتظمة أوالعينة الطبقية، فأنه من الصعب الأعتماد عليهم فى دراسة خصائص وتوزيع ظاهرة ما فى مجتمع كبير لعدة أسباب:

- عدم توافر حصر كامل لجميع المفردات واجبة الدراسة.

- إرتفاع التكاليف لمعاينة أفراد متفرفين متباعدين.

- صعوبة الأدارة والأشراف على بحث يضم مفردات متفرقة.

**مثال:** عند إختيار عينه قوامها 400 مفرده من القاهرة، فانه يمكن فى هذه الحالة اختيار العينة على مرحلتين:

**الأولى:** يتم التركز فيها على بعض الأحياء وأقسام الشرطة.

**والثاني:** يتم التركز فيها على القوائم المسجل بها أسماء سكان هذه الأحياء[25].

بعض المفاهيم العلمية فى بحوث العينات:

- المجتمع: هو جميع الوحدات التى يرغب الباحث فى دراستها، فقد يكون مجموعه من البشر، اذا كان موضوع البحث: دراسة حجم الأسره وعلاقته بمستوى الدخل مثلا.

- وحدات المعاينة: وهى الوحدات التى يقسم المجتمع على أساسها بغرض اختيار العينه، وعند اختيار العينه تعتبر كل وحده من تلك الوحدات وكانها مفرده قابله للتقسيم.

**مثال:** قد يتم تقسيم المجتمع الى وحدات معاينة على أسس كالأسرة أو الوحدة السكنية أو وحدة الإنتاج، وهذه الوحدات بالنسبة لتحليل المحتوى هى جميع الوحدات التى يتكون منها مجتمع البحث.

فكل عدد من كل صحيفه تم اختيارها، وكل كتاب أو وثيقه أو شائعه مطبوعه أو برنامج أوفيلم أو مسرحيه أو مسلسل أو اعلان، خاضع للتحليل هو وحدة معاينه

- الاطار: وهو قائمة أو خريطة أو أى وسيلة أخرى تحتوى على جميع وحدات المعاينه للمجتمع موضع الدراسة.

فالتليفون مثلا لا يصلح كإطار، لأن ليس كل الناس لديها تليفونات، كذلك جداول القيد فى الأنتخابات لا تصلح أطار لأنها لا تشمل عن تقل أعمارهم عن 18 سنة.

ومن المهم دراسة الأطار قبل إختيار العينة، إذا أن تاثيره واضح على مدى دقة التقديرات، حيث يؤدى الى إستخدام إطار غير شامل لجميع وحدات المعاينة الى إغفال إختيار بعض الوحدات وعدم تحقيق الأسس العشوائية السليمة فى الأختيار.

ويكون الأطار فى بحوث تحليل المحتوى هو جميع وحدات المعاينة التى يعتبرها الباحث فى متناول يده، أى الوحدات المتاحة التى يمكن حصرها وتطبيق الدراسة عليها نظرا لصعوبة الوصول الى جميع وحدات المجتمع فى بعض الحالات لفقد بعض أعداد الصحف أو عدم وجود تسجيلات متاحة من بعض البرامج أو الأحاديث التليفزيونية[26].

**وهناك شروط للأطار الجيد لعينات بحوث الرأى العام هى:**

- الكفاية: وتعنى أن يتضمن اطار العينة كافة الفئات التى تخدم أهداف البحث.

**مثال:** ليس من المقبول عند التعرف على اتجاهات الصحف ازاء قضية معينة للأكتفاء بالصحف القومية دون الحزبية والخاصة.

- الكمال: وتعنى الحصول على كل المفردات، حيث لا يمكن الأكتفاء بالقوائم المنقوصة من الصحف أو التليفزيون لأن هذا يؤدى الى التحيز الغير المقصود فى إختيار العينة.

- الدقة: وتعنى التنظيم والدقة فى عرض المصادر وتصنيفها طبقا للمعايير المختلفة.

**أخطاء العينات فى بحوث الرأى العام:**

تنقسم الى نوعين:

1- أخطاء المعاينة: وأهم أسبابها:

- صغر حجم العينة: فكلما كبرت العينة – صغرت – أخطاء المعاينة.

- عدم مراعاة احتمالات عدم الأستجابة: فلا بد من تطبيق أكثر من عدد الحالات فى العينة لاحتمالات عدم إستجابة البعض.

- عدم مراعاة تباين المجتمع وطريقة الأختيار وأسلوب حساب النتائج.

2 – أخطاء التحيز: وأسبابها:

- عدم صلاحية إطار العينة

- تحيز الباحث نفسه فى إختيار الحالات التى تروقة.

- فشله فى الحصول على نسبه ملحوظة من الاجابات

- عدم إستخدامه الطرق الصحيحة فى حساب التقديرات[27].

## مراجع الفصل الرابع:

1- عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1993).

2- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق

3- سمير محمد حسين، تحليل المضمون، (القاهرة، عالم الكتب،1983).

4- سعد عبد الرحمن، أسس القياس النفسى والاجتماعى (القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، 1967).

5- صفوت فرج، القياس النفسى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1980).

6- زيدان عبد الباقى، قواعد البحث الاجتماعى ط3 (القاهرة: دار النهضة العربية، 1980).

7- عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، مرجع سابق.

8- عاطف عدلى العبد، الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية، (القاهرة، مطبعة الهانى، 1989).

9- عاطف عدلى العبد، بحوث المستمعين فى الوطن العربى (القاهرة: دار الفكر العربى، 1992).

10- عاطف عدلى العبد، دليل بحوث الاتصال فى العالم العربى، (القاهرة، دار الفكر العربى، 1995).

11- عبد الحميد حجازى، الرأى العام والإعلام والحرب النفسية (القاهرة، دار الرأى العام، 1987).

12- سمير محمد حسين، الإعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام، القاهرة: عالم الكتب، 1984.

13- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق

14- فتحى الأبيارى، الرأى العام والمخطط الصهيونى، القاهرة: المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، 1969.

15- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق

16- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال والاعلام، مرجع سابق

17-عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الرأى العام والإعلام، مرجع سابق.

18-عاطف عدلى العبد، الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية، مرجع سابق.

19-عاطف عدلى العبد، بحوث المستمعين فى الوطن العربى مرجع سابق.

20- سمير محمد حسين، الرأى العام: الأسس النظرية والجوانب المنهجية (القاهرة: عالم الكتب، 1997).

21- المرجع السابق نفسه

22- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق

23- المرجع السابق نفسه.

24- جمال مجاهد، الرأى العام وطرق قياسه، مرجع سابق

25- المرجع السابق نفسه

26- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال، مرجع سابق.

27- جمال مجاهد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

# الفصل الخامس

---

## ظاهرة الرأي العام علي الانترنت

تعتبر ظاهرة الرأي العام علي الانترنت أو الرأي العـام الاليكـتروني مـن الظـواهر الحديثـة التـي فرضت نفسها علي الساحة الحياتية خلال السنوات الاخيرة من القرن العشرين في دول العالم الغربي، خاصة من ظهور وسائل الاتصال التفـاعلي "الانترنـت" والاكتشـافات والاختراعـات المسـتمرة في عـالم الاتصالات وظهور ما يسمي بمجتمع تكنولوجيا المعلومات الـذي جعـل العـالم بمثابـة غرفـة واحـدة، وبدت ذلك بوضوح في الدول المتقدمة مثل الولايات المتحدة الامريكية ودول أوربا وبعض دول شرق أسيا مثل اليابان والصين والهند وماليزيا وغيرهـا، التـي كـان لهـا السـبق في هـذا، نتيجـة الارتفـاع في المستويات الاقتصادية والاجتماعيـة مثـل التعلـيم والثقافـة والاتصـالات والبحـث العلمـي، بالمقارنـة بمعظم الدول النامية التي لم تتعـرف عـلي هـذه الظـاهرة إلا في السـنوات الاولي مـن القـرن الواحـد والعشرين.

ومع هبـوب الريـاح الاتصـالية وحـدوث طفـرات تكنولوجيـة الي حـد كبـير في وسـائل الاتصـال التفاعلي كالانترنت في العالم العربي، والتي كانت من أبرز نتائجها قيـام أهـم وأعظـم ثـورة في تـاريخ العالم وهي ثورة 25 يناير عام 2011 في مصر، عندما إنتفض الشعب ضـد رئيسـه "مبـارك" ونجـح في خلعه، عبر إسـتخدام تقنيـات الحاسـب الالي والانترنـت والفـيس بـوك كـأبرز وأهـم مواقـع التواصـل الاجتماعي بين الشباب في مصر وخارجها، فقد كانـت مواقـع التواصـل الاجتماعـي الاليكـتروني بمثابـة غرفة عمليات الثورة الذي كوّن رأي عام شديد الحيوية والصلابة، وكـان الوسـيلة الاولي للتواصـل بـين الثوار علي مختلف الاعـمار والمسـتويات وتبـادل المعلومـات والاراء والتحركـات والتنظـيم لهـا بشـكل عصري متطور ومتقدم، كما كان المصدر الاعلامي للأحداث من صور وفيديوهات وأخبار لحظة بلحظة، وهذا أغري العديد ممن لم يكن لهـم عضـوية بـالموقع الي الانضـمام إليـه، حتـي أصـبح هنـاك رأي عـام إليكتروني عربي قوي كان من ثمراته ثورتي تونس ومصر ضد زين العابدين بن علي وحسني مبارك، وثـورة ليبيا ضد معمر القذافي ونظامه الفاسد والتي نجحـت في القضـاء عـلي نظـام القـذافي وتـم القـبض عـلي

القذافي وقتله والتمثيل بجثته من قبل الثوار الليبيين، وثورة اليمن ضد نظام رئيسها الديكتاتور علي عبد الله صالح ونجاحها في الاطاحه به، والثورة السورية المستمرة ضد نظام بشار الاسد ومذابحه غير الآدامية لأفراد شعبه ومعارضيه، فقد هبت رياح الحرية والديمقراطية والتغيير أخيرا علي العالم العربي، بعد عقود طويلة وقرون من المهانة والظلم والفساد والطاعة العمياء ونظرية الحق الالهي للملوك والرؤساء في العالم العربي، الذين كانوا يعتبرون أنفسهم ظل الله علي أرضه، وليس من حق مخلوق علي وجه الارض أن يسألهم في شيء إلا دولة واحدة هي الولايات المتحدة الامريكية التي كانت تحركهم مثل العرائس الخشبية في الليلة الكبيرة رائعة الفنان المصري الراحل صلاح السقا.

ومن الصعب أن تعود هذه مظاهر الفساد الي سابق عهدها المظلم مرة أخري، بفضل التطور التكنولوجي والاتصال التفاعلي الذي جعل تكوين الرأي العام الوطني والاقليمي والقومي وحتي العالمي يمكنه أن يتشكل ويتكون في أيام وساعات محدودة للغاية ويؤثر بشكل كبير في الافراد بعد الانخفاض النسبي في مستوي الامية التكنولوجية وزيادة عدد مستخدمي التكنولوجيا الحديثة في العالم العربي في السنوات الاخيرة كما سنري في إستعراضنا للرأي العام الاليكتروني فيما يلي:

**مفهوم الرأي العام الاليكتروني:**

ويمكن توصيف تعريف الرأي العام الإليكتروني بأنه ذلك الرأي الذي يعبرعن أكبر شريحة ممكنة من الجماهير – داخل القطر الواحد أو خارجه - في هذا الفضاء الواسع أو العالم الافتراضي، على الشبكة العنكبوتية المعروفة بالإنترنت، والتأثير على

أكبر شريحة يمكن الوصول لها من خلال هذه الشبكة ومواقع التواصل الاجتماعي بها مثل الفيس بوك وتويتر واليوتيوب وما يستجد من مواقع أخري..

و مفهوم الرأي العام الإلكتروني في هذا العالم المتخيل هو كل فكرة، إقتراح، رأي، مشاركة، أو حتى لفظ إعتراض غاضب أو نكتة تعبر عن توجه معين، وتدافع عن أيدلوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة إتصالية، من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع إستخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ"الرأي الإلكتروني"[(1)].

وفي هذه الحالة فالرأي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش.

و يوجد في مصر - على سبيل المثال - ما لا يقل عن 22 مليون مستخدم لشبكة الإنترنت و10 مليون مستخدم للفيس بوك طبقا لبيانات وزارة الاتصالات المصرية في عام 2010 وفي الأردن هناك ما لا يقل عن سبعمائة ألف مستخدم للأنترنت وهناك العديد من المواقع الاخبارية والثقافية التي يقبل عليها الافراد وذات تأثير في العالم العربي والشرق الاوسط مثل موقع "اليوم السابع" المصري الذي حصل علي جائزة أفضل موقع اليكتروني الاكثر تأثيرا وإنتشارا في العالم العربي طبقا لتصنيف مجلة "فوربس" الامريكية عام 2010 وموقع جريدة "المصري اليوم" وموقع "الجزيرة نت" و"مصراوي" وموقع "المحيط " و"إسلام أون لاين"[(2)]

كما أن تأثير ثورة 25 يناير في مصر لم تؤثر فقط علي عدد رواد "الفيس بوك" في مصر وحدها فقط، بل إمتد هذا التأثير الي العالم العربي كله، إذا تضاعف عدد

العرب المشتركين في الموقع 100% خلال الاربعة أشهر من يناير الي إبريل 2011، فقد دخل 14 مليون عربي جديد ليصبح عدد العرب علي الموقع بالاضافة الي مصر أكثر من 30 مليون مستخدم[3].

ومن جانبنا نعرف الرأي العام الاليكتروني علي أنه كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الافراد – لا يقل العدد عن نصف مليون - عبر العالم المتخيل، عالم الانترنت، يؤمنون بها، ويسعون الي تحقيقها علي أرض الواقع، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة إتصالية، من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع إستخدام تلك الخدمة، والإطلاع في الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون.

**مكونات الرأي العام الإليكتروني:**

ترتبط مكونات الرأي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين[4]:

1- مستوى التعليم.

2- تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة.

ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية؛ مثل عدد المدارس والجامعات والمعاهد العلمية، ومدى توفر ثقافة الإنترنت من خلالها، ومستوى التعليم.

أما المتغير الثاني فيرتبط بعدد خطوط التليفون ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت أو بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة).

وهذا يقودنا إلى سؤال يتوازى مع نظرية الرأي العام التقليدية، فإذا كان هناك سيطرة للدولة على أدوات الرأي العام في المجتمع الحديث، فمن يملك الإنترنت أو يمارس سلطة بديلة أو موازية لما إعتدنا عليه من تحليل في النظرية التقليدية؟

لا أحد في الوقت الراهن "يملك" الإنترنت، صحيح أنه يمكن القول بأن الحكومة الأمريكية ممثلة في وزارة الدفاع ثم المؤسسة القومية للعلوم هي المالك الوحيد للشبكة قانونيا، ولكن بعد تطور الشبكة ونموها لم يَعُد هناك مالك لها، وإختفى مفهوم التملك ليحل محله ما أصبح يسمى بمجتمع الإنترنت، كما أن تمويل الشبكة تحوَّل من القطاع الحكومي إلى القطاع الخاص، ومن هنا ولدت عدة شبكات إقليمية ذات صبغة تجارية؛ حيث يمكن الاستفادة من خدماتها مقابل إشتراك، ولا ينفي هذا أن هناك سلطة على الإنترنت، فيمكن للملاك القانونيين إغلاق مواقع لأسباب قانونية، وأحيانا سياسية مثلما حدث في الانتفاضة الشعبية يوم 25 يناير 2011 التي بدأها وقادها شباب الانترنت في مصر عبر الفيس بوك والتويتر واليوتيوب أو صحافة الفيديو، ضد فساد نظام الحكم.

ووسائل "الفيس بوك والتويتر" بدأت تنتشر علي إستحياء في بداية عام 2010 وأهتمت بها بعض الصحف والمواقع الاخبارية مثل:جريدة وموقع المصري اليوم وموقع اليوم السابع وموقع الشروق وموقع الجزيرة نت والعديد من المواقع والمراكز البحثية الحكومية والخاصة وإنضم إليهم الرجال والسيدات، والاطفال وكبار السن، ومختلف القوي السياسية، وتكّون رأي عام كبير عبر الوسائط الاليكترونية "الانترنت" لتتحول الي ثورة شعبية يوم 25 يناير، وطالبت بتنحي رئيس الجمهورية حسني مبارك عن الحكم بعد 30 عاما من حكم البلاد، وبعدها تم وقف وقطع الانترنت وخطوط الاتصالات في مصر طوال أيام الاحتجاج الشعبي المسماة بأيام الغضب الشعبي، حتي لا يتم إستمرار التواصل الاجتماعي بين الشباب والافراد ومن ثم تأجيج الثورة أكثر وأكثر، وقد كان هذا الموقف من قبل الحكومة المصرية غير جيد علي الاطلاق، وجسد بشكل كبير التسلط الحكومي ضد الشعب وحريته في أن يقول رأيه بحرية تامة

ومحاولة وأد الثورة في مهدها وإجهاضها وإفشالها، حيث إعتصم المتظاهرون في ميدان التحرير بوسط البلد، وإنضم اليهم شخصيات من شعوب أخري من بلاد عربية وأجنبية للوقوف بجانب الثورة المصرية ضد الحاكم وحدث النصر بتنحي مبارك.

الحقيقة أنه بفضل تطور هذه الوسائل الاتصالية ووسائل التوصل الاجتماعي قد حدث تطور في الحياة السياسية المصرية والديمقراطية وحرية الرأي والتعبير، من خلال النقد العلني لرئيس الجمهورية علي صفحات الصحف وشاشات التليفزيون والفضائيات المصرية والعربية والاجنبية، والمطالبة بعزله من الحكم وإسقاط الحكومة برمتها وإقامة دستور جديد للبلاد يلبي حاجات وتطلاعات أفراد الشعب في العيش بكرامة وأمان.

ولا شك أن الرقابة على الإنترنت قائمة، إما بشكل هيكلي عبر التحكم في البنية التحتية وإحتكار بعض المعارف وعدم قدرة أي أحد على الوصول إلى الشبكة ما لم يكن هناك بنية تحتية أساسية تتيح الكهرباء والوصلات، وهو ما لا يتوافر في الكثير من دول العالم الثالث، ويعرف بالانقسام الرقمي وأحيانا بالتفرقة العنصرية الرقمية(5).

كما تم توسع الشبكة العنكبوتية بشكل كبير حيث يقدر عدد المستخدمين الجدد بـ(2) مليون شهريا؛ أي ما يعني انضمام (46) مستخدما جديدا للشبكة في كل دقيقة.

وفي إستطلاع أجرته شبكة (NUA) الأمريكية قدر عدد مستخدمي الشبكة عالميا بحوالي (134) مليون مستخدم في العام 1998 (نتوقع أن يكون قد تزايد)، وتصدرت الولايات المتحدة الأمريكية وكندا الصدارة من حيث عدد المستخدمين الذي بلغ (70) مليون مستخدم.

وفي تقرير صدر بتاريخ 26 أكتوبر 2000 تم التنبؤ بأن عدد المستخدمين للشبكة عام 2005 سيصل إلى حوالي (245) مليون مستخدم، وأن غالبية هذه الزيادة ستكون من خارج الولايات المتحدة الأمريكية(6).

كما أوضح مسح ميداني أجري بتاريخ 6 نوفمبر 2000 على (2500) مستخدم للإنترنت في كلٍّ من أمريكا وبريطانيا وألمانيا وأستراليا وفرنسا أن متوسط استخدام الإنترنت (4.2) ساعات أسبوعيا في أمريكا و(3.2) ساعات في أوربا و(3.6) ساعات في أستراليا. وأن (44٪) من مستخدمي الشبكة في أمريكا يتصلون بها من منازلهم مقابل (38٪) في أستراليا و(31٪) في بريطانيا وألمانيا، في حين تبلغ النسبة في فرنسا 16%.

قنوات التواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت

**وتوجد عدة وسائل وقنوات للتواصل الاجتماعي من خلال الإنترنت[7]:**

**1- البريد الإلكتروني (EMail):**

يمكن الحصول على بريد إلكتروني مجانا أو برسوم مالية بسهولة من خلال الكثير من المواقع على الإنترنت، مما يمكننا من التواصل مع الآخرين بمجرد معرفة البريد الإلكتروني، ويتم التواصل برسائل نصية وصور، وكذلك ملفات صوت وفيديو، كما يمكن ارسال رسائل الي مختلف الاشخاص في أي مكان في العالم وكذلك الاحتفاظ أو تخزين رسائل أو كتب او مقالات متعددة في الايميل الشخصي لفترات طويلة جدا.

**2- المجموعات (Groups):**

وهي منتشرة على الإنترنت، والاشتراك بها مجاني أيضا ويتم من خلال البريد الإلكتروني، وخاصة عبر الفيس بوك والتويتر والمجموعات تعبر عن فئة معينة لها نفس الاهتمامات، أو تشترك في صفة خاصة مثل الشباب والاطفال، فتوجد مجموعة (مرضى السكر - محبي بلد معين - مشجعي فريق كرة - محبي فنان أو لاعب)،

كما توجد مجموعات ذات اهتمامات فكرية وعلمية وأخلاقية ودينية، وأيضا مجموعات ذات توجهات عنصرية ولا أخلاقية، وهكذا...

**3-المنتديات وساحات الحوار:**

وهي بدورها منتشرة في كثير من المواقع، والاشتراك بها أيضا مجاني، ويمكن من خلالها التواصل والحوار والنقاش في كثير من القضايا، إلى جانب غرف الدردشة (Chatting)، وغير ذلك من البرامج المخصصة لهذا الغرض؛ ومنها برنامج (Mirc)، وبالتوك (Paltalk).

ومن خلال هذه الوسائل تتم عملية النقاش وتبادل الآراء والأخبار والصور والرسائل الصوتية وملفات الفيديو، والتعرف على المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت الواسعة، والتي تنقسم من حيث التصنيف إلى (مواقع شخصية - مواقع تنتمي إلى مؤسسات - مواقع حكومية).

وكذلك تتم عمليات استطلاع الآراء ونشر رسائل الاحتجاج، وجمع التوقيعات، إلى غير ذلك من وسائل متاحة الاستخدام من خلال تلك الشبكة[8].

وجدير بالذكر هنا أن موقع "إسلام أون لاين.نت" يأتي في المركز الثاني للمواقع العربية من حيث أعلى معدلات الدخول حسب تقرير موقع ألكسا (وقت كتابة التقرير) (/http://www.alexa.com) وهو موقع يختص بتسجيل ورصد معدلات الدخول للمواقع على مستوى العالم، وعمل إحصائيات عنها- بعد قناة الجزيرة القطرية. ويمكن الإطلاع على التقرير كاملا على هذا الرابط

(http://www.alexa.com/site/ds/top _sites?ts_mode=lang&lang=ar).

ومن هنا يمكن الاعتماد على هذه المواقع في التعرف على الرأي العام الإلكتروني لجماهير هذه الشريحة من خلال التقارير والاستطلاعات التي تنبثق من نشاط هذه المواقع.

**تأثير الرأي العام الإليكتروني علي الجمهور:**

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو لعمليات التثقيف ونشر الوعي حول مختلف القضايا العامة والمشتركة، ووسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه.

إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه "معارك الأدلجة"، كلٌّ حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه، إلا أن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي في أرض الواقع، من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم، والمثال الواضح على ذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحكم الفاسد والبرلمان المزور والاوضاع المتدهورة في مصر منذ 30 سنة، بعدما فشلت المفاوضات السلمية والمطالبات الشعبية للحكومة في العديد من المحافظات المصرية، وأطلقت مسميات عليها مثل يوم الغضب وجمعة الغضب ومسيرات المليونية في العاصمة وباقي المحافظات المصرية.

كما تم الاتفاق علي تكوين لجان شعبية تتصدي للمنحرفين واللصوص بعد الانسحاب التام للأمن المصري لمدة أسبوع في تلك الاحداث، وتصدي الجيش بمهمة حماية الامن وكذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحرب على العراق 15 فبراير 2003 في 80 مدينة كبرى في نفس الوقت، وكذلك المقاطعة للسلع وللدول، التي يتم الدعوة لها من خلال مواقع الإنترنت والتي تؤثر على السلوك الاستهلاكي اليومي، وبطبيعة الحال ينتشر التفاعل من تلك الشريحة الناشطة إلى غيرها من شرائح

المجتمع التي قد لا تسمح لها ظروفها بـدخول هـذا العـالم التخـيلي -شـبكة الإنترنـت- وهـذا يـؤدي بدوره إلى انتشار أثر الإنترنت إلى أرض الواقع.

**مصداقية الرأي العام الإليكتروني:**

تعد المصداقية من أفضل الاشياء التي تجعل المستخدمون يلجأون الي الرأي العام الاليكتروني لذا فما مدى مصداقية الرأي الإلكتروني؟ وهل يعبر بصدق عن فئات بعينها ويمكن قياسه بشكل دقيق؟

ولكي تكون الإجابة عملية يمكن الاستعانة بـبعض التقـارير مثـل تقـارير سـاحة الحـوار العـربي لموقع "إسلام أون لاين.نت" عن ملف تم تنفيذه عن القضية العراقيـة عـلى الإنترنـت، وأتضـح مـدى تفاعل الجماهير من مستخدمي الموقع مع القضـية العراقيـة في الفـترة مـن مـارس إلى إبريـل 2003؛ حيث يتوافق 20 مارس مع بدء الاحتلال العسكري للعراق و9 إبريل مع سـقوط العاصـمة العراقيـة بغداد، هذا من ناحية، ومن ناحية تمـت عمليـة الرصـد أيضـا عـن طريـق تصـنيف الاهـتمام، وجـاء التفاعل الإنساني مع الشـعب العراقـي في مقدمـة المشـاركات، يليهـا تصـفح أخبـار المقاومـة وأخبـار العمليات العسكرية[9].

وتتمثل قوة الـرأي العـام الإلكـتروني في أنـه يمتلـك جنـاحين ويحلـق أيـنما شـاء ودون رقابـة أو سلطان، ويمكن من خلاله فتح الباب للجميع لحوار هادف خلاق.

والسؤال الذي يحتاج للإجابة من الجميع وخاصة القـائمين عـلى هـذا الأمـر هـو: كيف يمكن توظيف هذه النقلة التاريخية النوعيـة في مجـال المعلوماتيـة في مسـاعي النهضـة والتجديـد الحضـاري للوصـول في النهايـة إلى إصـلاح مـا يمكـن إصـلاحه أو

إنقاذ ما يمكن إنقاذه؟ حتى لا يتحول الإنترنت من وسيلة للانعتاق ندعو لتوظيفها بقوة بالمعرفة والتواصل مع أطراف وبقاع العالم إلى سجن للعقل في مربع الآلة الاتصالية، وهدر للوقت، وعزوف عن الفعل الاجتماعي المباشر، ومصادرة للفاعلية الحقيقية التي تنفع المجتمع وتطوره وتنهض به، فالأصل هو الإصلاح ونفع الناس رغم كل الاختلافات والتوحد لصالح البشرية وإقرار العدل والكرامة للجميع من خلال عملية التثقيف ونشر الوعي الصحيح، سواء من خلال الإنترنت أو خارجه.

**إستخدامات الرأي العام الإليكتروني:**

تتعدد إستخدامات الرأي العام الاليكتروني فيما يلي[10]:

**أولاً: الاحتجاجات "الإلكترونية":**

مع إعتبار التغيير عملية إجتماعية وشعبية شاملة - تتطلّب توفير الأرضية الواسعة النطاق في ميادين التغيير العملية والحياة العامة – فإن فعاليات الاحتجاج – التي ما تزال تُعطَى موضع الصدارة تحت عنوان "التغيير" - تأخذ مكانا محدودا فقط وفق الأغراض التي ترفع قيمة الاحتجاج أو تنخفض به، وهذا بقدر ما يتوفر للاحتجاجات المختلفة من معطيات، لا تتوفر إلا ببذل جهود أكبر بكثير من الجهود المطلوبة لفعاليات معبرة عن الاحتجاج والرفض، بما في ذلك مختلف الأشكال الآلية للتغيير، من عصيان، أو إضرابات، أو إنقلابات عسكرية، أو ثورة شعبية.

وهذا ما يستدعي تركيز الحديث عن توظيف "وسيلة" التقنيات الشبكية في هذه الميادين العملية، في نطاق الإجابة عن عدد من الأسئلة الحاسمة، والتي تدور حول محورين أساسيين:

أولهما: أن تكون العملية الاحتجاجية نفسها جزءا من صيغة متكاملة في إتجاه التغيير أو قطع مرحلة من مراحله، بما يشمل توفير شروطه الأخرى، ويوجد المعطيات للمرحلة التالية.

ثانيهما: هو مواصفات الجهة القائمة على توجيه الاحتجاجات وتنظيمها، ومدى قدرتها على توظيف عملية الاحتجاج بكاملها لغرض التغيير، علاوة على توظيف الوسيلة التقنية المعنية لتحقيق المردود المطلوب بصورة مباشرة من عملية الاحتجاج على أفضل وجه.

إن توفير المعطيات الأولى، هو ما يجعل عملية توظيف التقنيات الشبكية نفسها - في تنظيم أي عملية احتجاجية - مسألة فنية محضة، يمكن تعداد عناصرها الرئيسية المتمثلة في:

1- شبكة الاتصالات المطلوبة بين الجهات المعنية.

2- الطاقات الفنية الخبيرة في خدمة شبكة الاتصالات.

3- الخطة الشاملة للتحرّك والمرنة بما فيه الكفاية للتعامل مع المتغيرات غير المنتظرة.

4- الإدارة القادرة على التفاعل مع الحالات الطارئة بالأسلوب المناسب والسرعة الكافية.
وعند إلقاء نظرة سريعة على ما عرفته وتعرفه بلادنا من ألوان الاحتجاج بقصد التغيير - سواء في نطاق قضية محددة، كما في قضية الضغوط الشعبية على السياسات الرسمية على صعيد أحداث فلسطين، أو في نطاق قضايا شاملة، مثل: المطالبة بالتعددية القائمة على الشفافية، وسيادة القضاء، ونزاهة عمليات الاقتراع ما يتبع ذلك - يظهر للعيان أنّ النقص قائم على صعيد توفير هذه العناصر الأربعة الرئيسية؛ إذ ما زال العنصر المميز لمعظم الاحتجاجات هو أنّها عفوية تلقائية، أكثر منها منظمة بصورة هادفة مدروسة، والشرط الرئيسي لنجاح أي وسيلة تستخدم في

الاحتجاج – بما فيها التقنية الشبكية – هو الخروج من هذه الأساليب العفوية إلى الأسلوب المدروس المنظم، فليس المهمّ الاحتجاج بحد ذاته، وإنّما الغرض منه، ولا يتحقق الغرض القويم في اتجاه التغيير، ما لم يكن:

(1) غرضًا مشروعًا.

(2) لا يسبب أضرارًا أكبر فيوقع فتنة دامية مثلا.

(3) يحقق المصلحة العامة لا المنافع الشخصية.

(4) يضع في حسابه مسبقا مختلف الاحتمالات الناتجة عنه والتفاعل معها تفاعلا سليما.

(5) تقوم عليه جهة تتوفر فيها مواصفات المعرفة والوعي والتخصص في المجالات المعنية بما في ذلك توظيف الوسيلة المستخدمة، كالتقنية الشبكية(11).

**ثانياً: العصيان المدني الإلكتروني:**

العصيان المدني الإلكتروني ECD أو Electronic Civil Disobedience هو شكل من أشكال الضغط - غير العنيف -على المؤسسات الحكومية أو الرسمية المنخرطة في أعمال غير أخلاقية أو غير قانونية، أو تضر بالإنسانية بطريقة أو بأخرى؛ حيث يمكن من خلال بيئة إلكترونية، تدويل وحشد وتنظيم وتأليب الرأي العام عالميا، وهو ما ظهر جليا في الانتفاضة الشعبية يوم 25 يناير 2011 في مصر ومن قبلها حادثة كنيسة القديسين بالاسكندرية والتظاهرات المستمرة ضد الممارسات الاسرائيلية ضد الاراضي

العربية المحتلة، حيث اشتعلت الأرض بالتظاهر في معظم أرجاء المعمورة مرة واحدة ضد نظام مبارك في مصر للمطالبة بالرحيل عن كرسي الحكم!!

**ومثال أخر**: لقد كان للزعيم الافريقي "مهاتيم غاندي" السبق في إتخاذ العصيان المدني كوسيلة لتحدي القوانين الجائرة؛ متخذًا أسلوب اللاعنف. وجاء من بعده "مارتن لوثر كينج"، في إطار حركته المطالبة بالحقوق المدنية؛ فسار على خطا غاندي مبتكرًا أسلوبي المسيرة والجلوس الاحتجاجيين، لخلق موقف متأزم مستحكم يُرغم الحكومات والأنظمة على فتح باب النقاش والتباحث.

إلا أنه مع إطلالة عصر العولمة، وسَنّ العديد من القوانين الدولية، وإبرام الكثير من المعاهدات التي ترتب حقوق ومصالح الدول والشركات الكبرى في العالم على حساب الشعوب الفقيرة منها والغنية على حد سواء - سعت بعض الجماعات النشطة سياسيا والمناهضة لتلك الهيمنة إلى ابتكار شكل جديد للعصيان المدني يفي بمستجدات العصر ومشاكله ذات الطابع العالمي، وهو ما صار يُعرف بالعصيان المدني الإلكتروني.

ويبلور "هنري ثورو" منظر حركات العصيان المدني الإلكتروني الفكرة عندما يقول: "كل الناس يتمسكون بحق الثورة، وهو حق رفض الولاء لحكومة ما، بل مقاومتها عندما يصبح استبدادها وطغيانها وعدم كفايتها أمورًا غير محتملة". وجاء دور العصيان المدني الإلكتروني كبديل عصري أو على الأقل مؤازر للاحتجاج البدني، كما أنه يُعَدّ حلا مثاليا للذين يودون لو شاركوا المتظاهرين، ولكنهم يؤثرون السلامة على المشاركة في التظاهرات الفعلية في الشوارع[12].

ويحاكي العصيان المدني الإلكتروني ECD ما يحدث في الشارع دون إحداث خسائر مادية، مقارنة بما يحدث على أرض الواقع؛ فبينما يقوم المتظاهرون بسد

المـداخل والمخـارج والممـرات؛ لمنـع تـدفق المسـؤولين، يعـترض ناشـطو العصـيان الإلكـتروني التـدفق المعلوماتي لمختلف الهيئات لشلها وتعطيلها، وهو ما يُحدِث ضغطا ماليـا، لا يمكـن للتظـاهر الـبشري الذي يجري في الشارع أن يحدثه؛ حيث إن تدفق المعلومات ورؤوس الأموال من أهم عناصر الحيـاة في المجتمعات الرأسمالية.

وهناك ثلاثة اتجاهات رئيسية تشكل مدارس العصيان المدني الإلكتروني، وهـي ليسـت منفصـلة بعضها عن البعض تمامًا، بل إن التداخل والتكامل فيما بينها هو الأقرب للحاصل عن التصنيف الـذي يفصل بينها، وهذه المدارس هي:

**المدرسة الأولى:**

تستفيد من اختفاء العنف في العصيان المدني الإلكتروني لطبيعته؛ حيث لا تكون هناك مواجهـة بدنية، فيكفي جلوس عدد كبير من الناشـطين سياسـيا وراء شاشـات الحواسـب والاتصـال بالإنترنـت للتظاهر أو لتكوين رأي عام ما، ولكـن بصـور ووسـائل قـد تكـون أحيانـا أكـثر فلاحـا مـن المواجهـة الحقيقة مع السلطات مثل:

1- القيام بإرسال آلاف الرسائل الاحتجاجية والمنددة... إلخ، إلى شـتى الجهـات المعنيـة بصـورة ضاغطة مزعجة عن طريق البريد الإلكتروني؛ فيما يعرف في دنيا الأعمال باسم الـ"Spamming"، غـير أنه يستخدم هنا لغرض سياسي لا لترويج سلعة أو الدعاية لها.

2- الدخول إلى غرف الدردشـة في الإنترنـت للقيـام بحـوارات، وتكـوين رأي منـاصر أو منـاهض لقضية مـن القضـايا؛ فـيما يعـرف باسـم Political Chatting، كـذلك تكـوين التحزبـات السياسـية Lobbies Political داخل مجموعات المناقشة Discussion Groups في الإنترنت.

3- القيام بتعطيل موقع ما عن طريق دخول عدد كبير من المستخدمين على ذلك الموقع في وقت واحد؛ مما يعني ورود عدد هائل من الطلبات التي يجب أن يلبيها الخادم الذي ينطلق من خلاله هذا الموقع، وإغراق الخادم تحت هذا الطوفان من الطلبات؛ حيث يقوم الناشطون بالدعوة لذلك العمل المنظم قبلها بفترة كافية؛ حتى يتسنى لأكبر عدد من المشاركين الدخول في توقيت واحد دقيق بفتح عدد غير محدود من نوافذ المتصفح، وكتابة عنوان الموقع فيه، والضغط عليه في ساعة صفر معروفة سلفا فيما يعرف بـ"Denial Of Service Attack" أو "Dos" اختصارا.. كل ذلك يؤدي إلى حرمان المستخدم العادي غير المنخرط في ذلك النشاط من الوصول إلى الموقع أو الخدمة التي يقدمها الموقع، وهو عقاب للموقع، ومَن وراءه.

4- الوصول للهدف نفسه السابق بإحدى الوسائل السهلة غير المكلفة من حيث الوقت، ولا تحتاج لأي خبرة، وتدعى Packet Internet Groper أو Ping اختصارا، وهو في الأصل أمر يُستخدم لاختبار وجود موقع ما، غير أنه قد يستخدم من خلال مستخدم عادي ليكتب سطرا واحدا عبارة عن عنوان الموقع يتقدمه أمر Ping؛ ليقوم الجهاز بذلك الاختبار بشكل متكرر.

5- إرسال الرسائل إلى البريد الإلكترونية وتداولها، بالإضافة إلى عمل المواقع لنشر الأفكار والرؤى الخاصة في شكل مظاهرة لخلق رأي عام ضد قضية ما، أو في سبيل تعضيد قضية أخرى، بالإضافة إلى إبراز عيوب الأولى ومخاطرها، في مقابلة واضحة لمزايا وفوائد الثانية.

**المدرسة الثانية:**

ثم إرتقت المدرسة الثانية، وطورت في وسائلها؛ حيث استعانت بذوي القدرات التقنية المتفوقة، أو الـ Hackers الذين أضجرتهم رقابة السلطات على المعلومات

واحتكارها، ونُحِت لهذه المدرسة اسم اشتق من كلمتي Activism وHacker لنحصل على مصطلح الـHacktivism. وينخرط سحرة تكنولوجيا المعلومات في هذه الأعمال، إما لنزعة سياسية لديهم، أو لضيق وضجر من إحتكار الحكومات والمؤسسات للمعلومات، وفرضها ستارا كثيفا حول المعلومات؛ مما يحرم هؤلاء التقنيين من الوصول إليها، وهو ما يدفعهم للحرب ضد تلك الحكومات والمؤسسات، ويصح فيهم المثل القائل: "لا حبا في علي، ولكن بغضا في معاوية".

وظهر مع إنخراط هؤلاء التقنيين في الأنشطة السياسية، أنواع وفنون جديدة، أو على الأقل تمّ توظيف القديم منها للوفاء بمتطلبات تكتيك الاختراق مثل ما يُعرف باسم Automated E-Mail Bombs؛ وهو نوع من الفيروسات التي تنتشر عبر البريد الإلكتروني، وتقوم بعمل تخريبي بناء على زمن أو حدث تم ضبط انفجار الشحنة المتفجرة عند الوصول لأي منهما، وكذلك الفيروسات الشبكية التي تستهدف خادما أو شبكة بعينها لقطع الاتصال بين جهازين أو شبكتين بعينهما، وكذلك الاختراق المباشر وكسر الحاجز الأمني Firewall لشبكة أو نظام مستهدفين للتشويه والتدنيس أو الحصول على معلومات حساسة سرية أو غير ذلك[13].

وبالإضافة إلى ما سبق، فإن رفض الصدام المباشر، يعد عاملا مشجعا على خوض البارعين تقنيا لذلك الميدان، فإذا بهم يوفرون الجهد والوقت، ويُكْسِبون ذلك النوع من العصيان المدني فاعلية ما كان للناشطين سياسيا (Activists) وحدهم أن يصلوا إلى النتائج الباهرة التي يحققها هؤلاء الـHackers، فمهمات تكتيك الحصار التي كانت تحتاج لكثير من المشاركين لإرسال الرسائل الاحتجاجية مثلا، أو إغراق الخوادم، فضلا عن الجهود المبذولة للتنسيق والدعوة والمشاركة الكثيفة، وغير ذلك من الأمور التي تجعل الوصول للهدف صعب المنال أو غير مواتٍ في كل الأحيان -أصبحت كلها عند أطراف الأصابع وبالتوقيت المراد، دون جهد كثير إذا ما جلس أحد هؤلاء السحرة وراء شاشة حاسب آلي متصل بالإنترنت، بعد أن طوروا أنواعا من

الـبرامج تقـوم بـالجزء الأكـبر مـن العمليـة بشـكل آلي تلقـائي؛ فـيما يعـرف باسـم بـرامج Ddos Distributed Denial Of Service، وهم يتناقلونها على الإنترنت بجعلهـا متاحـة مجانيـة وموزعـة على مواقع متخصصة.

ولأن الحد الفاصل بين أعـمال اللصوصـية الإلكترونيـة، وأنشـطة سياسـية إلكترونيـة تجـد قبـولاً وإستساغة، عبارة عن خيط دقيق قلما يأخذ صفة الدقة، وكثيراً ما يكون مائعا لا حادا؛ فـإن الأعـمال التي تقوم بها عناصر الـHacktivism تتأرجح كل واحدة منها – عـلى حـدة لا ككـل – بـين المباركـة والاستهجان؛ إذ إنها تعتمد في المقام الأول على الاقتحام غير الشرعي أو غير القـانوني للـنظم والمواقـع والشبكات، فتخضع بذلك للتقويم الانطباعي حتى بات يطلق عليها E-Guerrillas:

ورغم تعدّد الآراء في تعريف مصطلح العصيان الاليكـتروني، فـإن معظمهـا يلتقـي عـلى عنـاصر رئيسية لاستخدام الكلمة، أهمها[14]:

1- المنطلق هو الشعب أو فئات واسعة منه.

2- الهدف هو التعبير عن رفض أمر محدد.

3- الأسلوب الملتزم عمومًا هو أسلوب التعبير السلبي والسلمي عن الرفض.

ثم تبقى أمور تتعدّد حولها الآراء، مثل مدى سريان وصف العصيان المدني على حـالات، يقـتصر التعبير عن الرفض فيها على أقلية أو نسبة منخفضة من الشعب، ثم الاختلاف عـلى اعتبـار اسـتمرار فعاليات الاحتجاج ومظاهر التعبير عنه زمنًـا طـويلاً نسـبيًّا شرطًـا ليكتسـب الـرفض صـفة العصـيان المدني، وغير ذلك ممّا يدخل في عداد التفاصيل.

ومعـروف أنّ مـن صـور العصـيان المـدني: الامتنـاع عـن تسـديد الضرائـب، أو مقاطعة خدمات وسـلع معينـة، أو التبـاطؤ في العمـل، أو حتـى القيـام بالمسـيرات

السلمية. ولكن بشكل عام، غلب على وسائله الحرص على الجانب السلمي فيها، وهـو مـا يسـتهدف تجنّب الصدام والتعرّض لأخطار مباشرة؛ وبالتالي، فهو يعتمد على جمع العدد الأعظم مـن السـكان، والوصول في مواجهة الطرف الأقوى - المتمثـل في سـلطة اسـتبدادية أو جـيش احـتلال - إلى مسـتوى الإحراج الشديد سياسيًّا، والإضرار المادي به إضرارًا يتصاعد حجمه تدريجيًّا.

بينما نجد مستخدمي تعبير "العصيان المدني الإلكتروني" يتناولون محاور أخرى عديـدة، لم يكـن العصيان المدني التقليدي يدور حولها، وبالتالي استخدام الشبكة في تأييد المتظـاهرين لغـرض مـا، ثـم اقتحام المواقع الشبكية بغرض سياسي؛ وهو ما يتجاوز الطابع "السلبي" لفعاليات العصيان المدني إلى الطابع "الهجومي"، ثم الاعتماد على الخبرة التقنية في البحث عن حلول مبتكرة[15].

جميع ذلك - من الوسائل والأغراض - يتجاوز واقعيًّا حدود المفهـوم التقليـدي لتعبـير العصـيان المدني، ويمكن أن يندرج تحت عنوان التمرّد أو الاحتجاج مثلاً، أو أن يندرج تحـت عنـوان "التغيـير"، وهو الأشمل، والذي ينطوي على "العصيان المدني" أيضا، كأسلوب من أساليب تغيير وضع ما.

وفي إطار "العصيان المدني الاليكتروني" بصفة خاصة، يمكن لوسائل الاتصال الإلكترونية الحديثـة أن تساعد في ميدان تنظيم فعاليات الاحتجاج السلبي والسلمي المختلفة، وهو عامل بـالغ الأهميـة؛ نظرًا لارتباط النتائج بارتفاع عدد المشاركين، وبتركيز "الضربة" المـؤثّرة المطلوبـة في قطـاع مـا – مثـل عدم تسديد الضرائب – بحيث تعطي أثرًا كبيرًا، خلال وقت محدّد[16].

كما يمكن أن تساهم هـذه التقنيـات إسـهامًا كبـيرًا في "التمـرّد عـلى الاسـتبداد" بصورته التقليدية داخل بلد من البلدان. وبغض النظر عما إذا كـان تمـردًا سـلميًا أو

شمل العنف - مقابل عنف يمارسه الاستبداد - فالتقنيات الحديثة توفر ميزات كبيرة ومعروفة، مثل: التواري عن مراقبة السلطات الاستبدادية، أو نشر معلومات لا تريد السلطات لها الانتشار.

ويحتاج بيان علاقة الوسائل الحديثة بهذه الميادين التقليدية- للتغيير داخل حدود بلد أو منطقة معينة- إلى بحث مستفيض من أهم عناصره[17]:

(1) تحديد الإيجابيات والسلبيات على حسب مواقع إستخدام الوسائل الحديثة من الناحية الجغرافية. فلا فائدة مثلا من استخدامها في بلد تنعدم فيه الوصلات الهاتفية أو الشبكية، تمامًا كما كان توزيع "بيان مكتوب" بدلاً من شريط صوتي مسجّل، لا يوصل المضمون لفئة الأميين مثلاً.

(2) حسن إختيار الميادين التي تساعد الوسائل الحديثة على تحقيق الغرض المطلوب فيها، فقد يكون إستخدامها في نقل معلومات - لا يُراد الكشف عنها مثلاً - سببًا في كشفها بدلاً من الحفاظ على سريتها، بينما يمكن – كمثال آخر - تنفيذ عملية إلكترونية ما لشلّ قدرة سلطة استبدادية على ارتكاب حملات بطش متوقعة.

(3) توفير إمكانيات متجدّدة لتوظيف الوسائل الحديثة من أجل ابتكار صور جديدة - بإستمرار- من صور التمرّد أو المقاومة أو التغيير، وذلك في إطار قاعدة الوصول إلى الأهداف بأدنى النفقات، وأقل الجهود، وأسرع الأوقات، وأبسط الإمكانيات.

(4) التخطيط المرِن المتجدد، الذي يعتمد على تقويم متواصل متجدّد؛ ليكون كفيلاً بمراعاة عنصر الزمن إلى جانب مراعاة ما يطوّره الجانب الآخر؛ فقيمة ما قد يمتلكه العاملون على تحقيق تغيير إيجابي من وسائل متطوّرة، تضيع عند الإغفال عن تطوّر الأساليب والوسائل التي تعمل على امتلاكها واستخدامها سلطات استبدادية أو استغلالية أو ما شابهها. وهذا عنصر كثيرًا ما يؤدّي إغفاله إلى نكسات "مفاجئة".

(5) تحديد الضوابط الخاصة باستخدام الوسائل الحديثة لتحقيق أغراض مشروعة كمواجهة الاستبداد، وذلك وفق القيم الأساسية والضوابط الأوسع نطاقًا، والتي يلتزم بها العاملون للتغيير.

وبرغم ما سبق ذكره من نشاط، فإن العصيان المدني الإلكتروني ECD ما زال في طور الطفولة؛ سواء من ناحية النظرية والتطبيق، فإن عواصف مناهضة فساد الحكم في يناير 2011، وما يحمله الغيب من أحداث يمكن أن تقوم بها ميليشيات العصيان المدني الإلكتروني – تشي بتغيير قد يكون جذريا في أساليب مناهضة القوانين والمنظمات والحكومات والمعاهدات، وأن المتمردين على الديكتاتورية التي تحكم بالحديد والنار، قد وجدوا ضالتهم التي ينشدونها في هذا النوع من العصيان المدني "الإلكتروني".

وتعد "الانتفاضة" الاليكترونية أو الرأي العام الاليكتروني سلاح جديد ضد إسرائيل والمقاومة البشرية هي السلاح الفعال لصدهم والحد من خطورتهم، وكذلك ضد الفساد المجتمعي والظلم الاجتماعي والمطالبة بالحقوق المشروعة للشعوب[18].

بالرغم من أن عمر- الانتفاضة الاليكترونية - يكاد يكون قصير نسبياً، فإن الفزع من الحرب على الإنترنت Cyberwar بات يهدد إسرائيل حتى توالت المؤتمرات والندوات والتعليقات والدراسات الراصدة؛ فالاستجابة القوية للمسلمين والعرب مع بدء الانتفاضة أقلقت وعطلت في حينه الكثير من المواقع الإسرائيلية على الإنترنت، وهو ما يمكن تسميته "إنتر- فاضة"، والتي لم تكن أكثر ما أزعج النخب في إسرائيل، إذ أزعجهم توحيد الإنترنت للمسلمين على أرض الواقع.

ففي ندوة عقدت في جامعة بن غوريون بأسم "معركة الخوادم، معركة القلوب: الإعلام الجديد والحرب المعلوماتية" أعربت فيها إحدى المشاركات عن مخاوفها قائلة: "إن الجماعات الإسلامية الناشطة والمتطرفين المسلمين وجدوا بعضا من ضالتهم في

دنيا الإنترنت التي أتاحت لهم من تكوين مجتمعات عريضة متشابهة فكريًّا، فقنوات الاتصال الشبكية وتداول المعلومات يمكن أن تثمر على أرض الواقع أكثر مما أحدثته في دنيا الاتصالات والإنترنت".

وأضافت "ليمور يغال" المحاضرة في العديد من الجامعات الإسرائيلية عن الإرهاب والإنترنت: "لقد أدرك المسلمون أهمية الإنترنت مبكرا جدا" وحذرت من أن المسلمين "طوروا بسرعة إستراتيجية ما أطلق عليه بالجهاد الإلكتروني E-Jihad Or Online Jihad، وأنشئوا مجتمعًا إسلاميًّا على الإنترنت يربط أطراف العالم الإسلامي ويوحد المسلمين والعرب والشباب حول هدف قومي واحد.

وبالرغم من أن الهدف المعلن لمركز مجتمع الشّرق الأوسط الفعليّ (MEViC) هو محاولة إنشاء الحوار المباشر بدلا من العدائية؛ فإن تساوي كفتي الصراع على الإنترنت، وعدم رجحان ميزان قوى المعركة على الإنترنت لصالح إسرائيل أقلق مؤسس المركز مايك داهان وحدا به إلى القول بأن "كلا الجانبين في الصراع العربي/ الفلسطيني – الإسرائيلي يستثمر قنوات التوزيع في حرب الإنترنت Cyberwar"...فهم يتراسلون فيما بينهم بعروض البور بوينت، والرسوم المتحركة بفلاش، والتوزيع غير معقول. مئات الآلاف من الرسائل يتناقلونها، ويمرروها لبعضهم، لكن ذلك ليس ببساطة مجرد محاولة لإذاعة "المعلومات".

وأوضح داهان قائلا: "إن ذلك يدفع الناس سواء في مناطق السلطة الفلسطينية أو أوروبا أو الولايات المتحدة الأمريكية للنزول للشوارع، ولا تنحصر الأنشطة فقط على الإنترنت"[19].

والتقرير الصادر عن المكتب الإسرائيلي المتابع لتهديدات الإنترنت Idefense Intelligence Services المنشور في 3 يناير 2000 يشير إلى أنه " بالرّغم من مرور

ثلاثة شهور على هجمات إلكترونيّة قاسية، سواء من محترفين إسرائيليين أو فلسطينيين؛ فإنه لا تبدو أي بادرة لخفة حدته فيوميًّا هناك أهداف جديدة، وأدوات متجددة وتكتيكات مبتكرة".

ويقرر ويعترف "جيلاد رابينوفيتش" نائب رئيس مجلس إدارة شركة "نت فيجن" رائدة مزودي خدمة الإنترنت في إسرائيل في التقرير السابق نفسه أن الإسرائيليين هم أول من بدأ الهجوم بوضعهم علم إسرائيل فوق صفحة موقع حزب اللـه على الإنترنت، الأمر الذي بدا مثيرا في حينه، ولكن العرب سرعان ما انتفضوا، وما لبث أن انقلب السحر على الساحر! ويتحسر معه "داهان" الذي يتساءل: "من الذي انتصر في "الإنتر - فاضة"؟ ويجيبه تقرير الـIdefense Intelligence Services بأن الدائرة كانت على الإسرائيليين، وأن النصر كان لصالح الفلسطينيين؛ إذ اقتحم محترفو العرب والمسلمين 166 موقعا إسرائيليا، بينما اقتحم الإسرائيليون 34 موقعًا عربيًّا فقط، وضمت ضحايا تلك الحرب مواقع تجارية وحكومية وشخصية، ناهيك عن العداء المتزايد للإسرائيليين في غرف الدردشة.

وبلهجة تشاؤمية تنبأ التقرير أن "مساحة النزاع الإلكتروني سوف تزداد كلما تصاعد التوتر السياسي في المنطقة، وأن مستقبل ذلك النزاع كئيب، خاصة وأن هذا النزاع قد يجذب بعضا من المجموعات المسلمة الأخرى ذات الحضور القوي على الإنترنت، والتي لم تُدلِ بعد بدلوها في ذاك النزاع" "وكلما تعقد ذلك النزاع فإن الوقت المتاح لكل من الجانبين سوف يعطي الفرصة لإعداد فيروسات الكمبيوتر، الأمر الذي لن يقتصر بالطبع على المستهدف من الجانبين، بل سيتطاير شرره ليلحق أضرارا بأجهزة الكمبيوتر في العالم بأجمعه"[20].

**أهمية الرأي العام علي الانترنت :**

تتعدد أهمية الرأي العام علي الانترنت أو الرأي الاليكتروني في مواجهة المشكلات التـي نعيشـها والاستعداد لمواجهة تحديات المستقبل، وأوّل ما يطرحه إستخدام التقنيات الحديثة في طريق التغيـير والتعبير والتأثير في الرأي العام، أنها ببساطة مجـرّد وسـيلة مهـما بلـغ شـأنها ونمـت فعاليتهـا، فهـذه الفعالية مشـروطة بمفعولها الواقعي ما بين طرفين، هما: الجهة التي تستخدمها، والجهة المستهدفة.

وإذا كان أهم عنصـر توفره التقنية الشبكية هو: نقـل المعلومـات بمـا يخـترق غالبيـة الحـواجز والعقبات التقليدية، فإننا نجـد في وجـه توظيفهـا في عمليـة التغيـير في البلـدان العربيـة والإسـلامية عراقيل عديدة.

الحكومة الاليكترونية والصورة الذهنية عند الرأي العام:

كان وقع تعبير الحكومة الإلكترونية، الذي سمعنا به لأول مرة في مصر في عهد حكومة الـدكتور أحمد نظيف رئيس وزراء مصر الاسبق وقعاً حسناً لدي الكثيرين، مثيراً للخيال وباعثاً عـلى الدهشـة والاستحسان معاً، حيث تداعت الصور الذهنية الأولى حينها حول مثل هذا الكائن الجديد على نحـو غامض ومسرف في التوقعات الملتبسة، لنكتشف فيما بعد أن المصـطلح يعنـي في واقـع الأمـر حلـول أجهزة الحاسوب على كاونترات الوزارات، محل الموظفين مقطبي الجبين، وبالتالي انتهاء عصر الملفات الورقية الضخمة وطوابير المراجعين الطويلة[21].

وإذا كانت الصحافة المكتوبة قد شكلت تاريخياً، على اختلاف درجة الحرية المتاحة لها بين هذا البلد وذاك، منابر محترمة للتعبير عن آراء الكتّاب، وصناعة مـا درجنـا عـلى تسميته بالرأي العام، فإن مخرجات التكنولوجيا الرقمية، وفي مقدمتها شـبكة الإنترنـت، غـدت في واقـع الأمـر منصـة تعبـير شـديدة التـأثير كـما تؤكـد بعـض الدراسـات

الاعلامية التي أجريت في هذا المجال، لا حدود لاتساعها، عن آراء الكتّاب ومواقف المعلقين والقراء، ناهيك عن رسائل التنظيمات السرية المحظورة في بلدانها، بما في ذلك الجهات المشتغلة بالإرهاب، حيث تعتبر هذه المنظمات أكثر المستفيدين من خدمات هذه الشبكة.

كما أن مستخدمي الإنترنت المترددين على نحو منتظم على المواقع الإلكترونية المختلفة، بما في ذلك مواقع الصحف على الشبكة، ينقسمون بصورة عامة إلى فئتين هما:

**أولاً:** المجاهدون على الإنترنت، أولئك الذين يواظبون على نحو منهجي في التعليق على المقالات المنشورة من وجهة نظر تشم منها رائحة أيديولوجية ملتزمة بوجهة نظر مسبقة.

**وثانياً:** الرعاع المتسكعون على الرصيف الإلكتروني، ونظراؤهم من جماعة "الله يا ست"، "عظمة على عظمة على عظمة" على غرار المهللين في حفلات السيدة أم كلثوم.

**عقبات الرأي العام الاليكتروني في البلدان العربية والاسلامية:**

هناك العديد من العراقيل والعقبات التي تواجه الرأي العام الاليكتروني في عملية التغيير في العالم العربي والاسلامي منها[22]:

1- يقع ناشر المعلومة في وهْم كبير عبر الظنّ أن مجرّد نشرها يعني وصولها إلى المقصودين بها؛ فكما كانت الكلمة المكتوبة لا تصل إلى العامة لانتشار ظاهرتي الأمية والعزوف عن القراءة – بغض النظر عن قيود السلطات على انتشار الكلمة – كذلك فالمعلومة الإلكترونية لا تصل إلى من ليس لديه وصلة هاتفية، فضلا عن

وصلة شبكية، أو من يستخدم التقنية الشبكية لأغـراض أخـرى، وذاك في الوقـت الحـاضر هـو وضـع السواد الأعظم في المنطقة العربية والإسلامية.

2- لا يصحّ - إزاء هذا الواقع - الاكتفاء بتعزيز النظرة القائلة بأن المعتمد في التغيير هو الصفوة أو النخبة، وتصل نسبة عالية منها إلى استخدام التقنيات الشبكية على كل حال. فلهذه النظرة حاليـا سلبيات عديدة، إذ تحصر المسؤولية في فئات محدودة من المجتمع، وتعزل بينها في كثير من الأحيـان وبين العامة، وتصطنع معارك على مستوى "النخب"، ولا بدَّ بالمقابل من أن يكون مفهوم الصـفوة أو النخبة المرشحة للمشاركة في حمل مسؤولية هدف التغيير، بأنها تلك القادرة على الوصول إلى العامة والتفاعل مع واقعهم اليومي في مختلف الميادين، بما في ذلك توظيف الوسائل المتاحـة لهـذا الغـرض، ومنها التقنيات الشبكية.

3- التقنيات الحديثة لا تنقل "المعلومات" وكفى، بل تنقل كمّا ضخما مـن المعلومـات. وبالتـالي فإن إيصال ما يراد إيصاله إلى الفئات المستهدفة بها، لا يعتمـد عـلى تـوفر وسـيلة النقـل فقـط، بـل يعتمد أيضا على ارتفاع مسـتوى الـوعي، الـذي يـوفر القـدرة عـلى التمييـز مـا بـين الحـق والباطـل، والصحيح والخاطئ، والسمين والغث، والنـافع والضـار، ولا نـزال نفتقـر إلى جهـود كبـيرة تسـاهم في عملية التوعية، كما نفتقر إلى طاقات مبدعة قادرة على ضمان اقتران نقل المعلومات بتعزيـز الـوعي بمضامينها والاستفادة العملية منها.

4- التقنيات الشبكية سهلة نسبيا، وهذا ما جعلها مغرية، فـإذا بقينـا بهـذا الصـدد في حدود موضوع التغيير، نجدها أتاحت الفرص لأعداد كبيرة من الأفراد والجهـات، تسـتخدم هذه التقنيات، أو تزعم استخدامها في عملية التغيير؛ وهو ما لم يسـبب نشـأة خلـيط مـن التصورات والأفكار المتفاوتة القيمة فحسب، بل أدّى أيضا إلى تـراكم محتويـات مفيـدة في الأصل، ولكن لا يفيد تكرارها الذي يسـتهلك الجهـود والطاقـات والاختصاصـات والأمـوال،

وهي ظاهرة يؤمل أن تضمحلّ جزئيا أو كليا عبر تكثيف مساعي التنسيق ما بين الجهود المبذولة، وتحسين مردود توظيفها على طريق التغيير[23].

بالرغم من ذلك فقد رأينا أن الرأي العام الإلكتروني أصبح حقيقي ولا بد من الاهتمام به وعدم تجاهله وهذا ما يجب على العاملين في ميدان الرأي العام تطوير وسائلهم وأدواتهم لتشمل هذا الأخير حتى لا يضاف إلى ميادين جهلنا جهلاً آخر.

**علم إستطلاعات الرأي العام :**

نشأت إستطلاعات الرأى العام فى الدول الديمقراطية كتوأم للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، ويذكر أن الانتخابات الرئاسية فى الولايات المتحدة الأمريكية كانت هى سبب ميلاد استطلاعات الرأى العام، وإنها كانت الدافع وراء الاهتمام المتزايد والتطوير المستمر لطرق قياس الرأى العام، وأيضاً لتحسين دقة التنبؤ بنتائج الانتخابات[24].

وتمثل استطلاعات الرأي العام واحدة من المهام التي تلقى على عاتق مراكز البحوث ودوائر صنع القرار، بالاضافة الى وسائل الاعلام، التي راحت هي الأخرى تهتم بهذا الموضوع، انطلاقا من مهمتها في الاطلاع على مسارات وإتجاهات الرأي العام، في القطاع الذي يريد الباحث أو المستطلع، أن يتوصل من خلاله الى نتائج عن مشكلة إجتماعية أو سياسية، أو التعرف على نتائج صناديق الاقتراع عند إجراء إنتخابات، من خلال استخدام الوسائل الاحصائية في الكشف عن النتائج المتوخاة.

إن مسألة استطلاعات الرأي العام قد تحولت في السنوات الأخيرة فعلا الى (علم مستقل) له قواعده وأسسه وطرق منهجيته. وهناك الكثير من مراكز متخصصة في إجراء استطلاعات للرأي العام حول قضية او مسألة او أي موضوع كان، ثم تذاع وتنشر نتائج تلك الاستطلاعات على شكل أرقام ونسب مئوية او إجابات وغير ذلك[25].

ويجد الباحثون أن الاهتمام بدراسات الاستطلاع للرأي العام تعد حديثة العهد، ومـا زال الإلمـام الكلي بها، لايرقى الى مستوى الطموح، ويمكن القول بأن السنوات العشرة الأخيرة شهدت طفرة كبيرة في محاولات تطوير هذا البرنامج في الواقع العربي، حيث لم يكن أحد يحفل باستطلاعات الرأي العـام ونتائجها في معظم البلدان العربية، الأمر الذي يجعل من بحـث دور هـذه الاسـتطلاعات في صـناعة القرار مسألة حيوية وربما تكون في وقتها، استنادا إلى الخبرة التراكمية التي تحققت لعدد من الـدول العربية في هذا المضمار[26].

**أساليب ووسائل قياس إستطلاعات الرأي العام:**

قياس الرأى العام ليس بالمهمة اليسـيرة ولكنـه بـالقطع ضرورة مـن ضرورات التحـول إلى نظـام سياسى حر يؤمن بحق الفرد فى المعرفة وبحقه فى الاختيار.

وهناك عدد من الوسائل التى يمكن اسـتخدامها فى التعـرف عـلى اتجاهـات وميـول المـواطنين. إحدى هذه الوسائل المقابلات الشخصية التى يقوم من خلالها باحث ميدانى مـدرب بـإجراء مقابلـة شخصية مع «مبحوث» بناء على استمارة مقننة للتعرف عـلى اتجاهاتـه وميولـه تجـاه موضـوع مـا. وهناك أسلوب المقابلة الهاتفية. حيث يقوم الباحـث بـإجراء المقابلـة مـن خـلال الهـاتف الأرضى أو المحمول.

وهناك أسلوب آخر يعتمد على إرسال الاستمارة بالبريد لمجموعة من الأشخاص يقومون بإعـادة إرسالها بعد الرد على الأسئلة المتضمنة فى الاسـتمارة، وفى ضـوء تراجـع البريـد الـورقى لصـالح البريـد الإلكترونى والانتشار الواسع للإنترنت ظهر اتجاه لتبادل هذه الاستمارات من خـلال البريـد الإلكـترونى أو إتاحتها على موقع إلكترونى يقوم المستجيب من خلاله باستيفاء أسئلة الاستمارة وإرسالها مباشرة.

والأساليب المذكورة لكل منها مزايا وعيوب، ويفرض استخدام أى من هذه الأساليب محدودية على النتائج، يجب أن يفصح عنها القائم بالدراسة بشفافية وحيادية، وذلك من منطلق الالتزام الأخلاقى والمسؤولية المعنوية تجاه المجتمع الذى يتلقى نتائج استطلاعات الرأى العام، وغنى عن البيان أن الجمهور العام ليس بالضرورة متخصصاً فى هذه الجوانب المنهجية[27].

والتجارب العالمية فى استخدام هذه الأساليب ثرية وتمتد لأكثر من قرن من الزمان والأدبيات العلمية زاخرة بالدروس يعرفها القائمون على إجراء استطلاعات الرأى العام، ويجب أن يعرفها الإعلاميون والمحللون السياسيون الذين يصدر عنهم فى بعض الأحيان أحكام إنطباعية ترسم صورة ذهنية عن إحدى وسائل قياس الرأى العام كأن يقال إن المقابلات الشخصية يتم «فبركتها» ولا يقوم الباحث بزيارة الأسر فى مساكنها وإنما يستوفى هذه الاستمارات بنفسه، وهذه المقولة يمكن أن تحدث، ولكن حدوثها يعتبر بمثابة خرق للمهنية يجب ألا يدعونا لرفض أسلوب المقابلة الشخصية الذى يكون مناسباً فى بعض المواضع.

أو أن يقال إن أسلوب المقابلة الهاتفية غير ملائم للثقافة المصرية ولم يعتد عليه الشعب المصرى، وأن المواطن المصرى يخشى الإدلاء برأيه من خلال الهاتف، وهى مقولة تفتقر إلى الأسانيد العلمية السليمة وتتجاهل ثورة أدت إلى كسر حاجز الخوف لدى المصريين بصورة غير مسبوقة، وأدت إلى تحول لا تخطئه العين فى سلوك المواطن المصرى البسيط نجم عنه إهتمام بالشأن العام بعد أن كان موصوماً - ولعقود طويلة- بأنه يؤثِر السلامة، وأنه غارق فى مشكلاته اليومية وغير معنى بالهم العام.

وقد وجدت استطلاعات الرأى العام المعنية بقياس تفضيلات المصريين نحو مرشحى الرئاسة بعد ثورة 25 يناير 2011 اهتماماً جماهيرياً واسعا وطرحت وسائل الإعلام العديد من وجهات النظر. والاتجاه العام لهذه الأطروحات كان مرحباً بوجود

مراكز تعمل فى مجال استطلاعات الرأى العام، باعتبار أن توافر قياسـات للـرأى العـام تـتم بحياديـة ومهنية هو أحد متطلبات التحول الديمقراطى، وأن تـوفير هـذه القياسـات للمـواطن يُلبـى حقـه فى المعرفة، وهو حق أصيل كفله الإعلان العالمى لحقوق الإنسان وكفلته الدساتير الوطنية فى كل الـدول التى تعتبر أن المواطن هو السيد.

إلا أنه لوحظ أيضاً أن هناك اتجاها آخر ذهب إلى التشكيك فى استطلاعات الرأى العام واعتبرها كما لو كانت جريمة نكراء تنفذها مجموعات متواطئة مع أحد المرشحين بهدف التأثير فى الرأى العام وليس قياسه بحيادية، ورد الفعل المتشكك فى استطلاعات الرأى العام برمتها هو جزء من أزمة الثقـة التى يعيشها المجتمع المصرى والتى أدت إلى تقييم كل شىء انطلاقـاً مـن الحكمـة القائلـة بـأن سـوء الظن من حسن الفطن، وعلى التوازى لا يتذكر معظم الناس أن بعض الظن إثم، وعـلى صـعيد آخـر تناست هذه الآراء المشككة الدور الإيجابى الذى لعبته وتلعبه استطلاعات الرأى العام ليس فقـط فى الدول الديمقراطية ولكن أيضاً فى دول أوروبا الشرقيـة فى مرحلـة التحـول الـديمقراطى ودول أمريكـا الجنوبية، ناهيك عن الهند وعدد من الدول الأفريقية والآسيوية التى لا تختلف عن مصر فى مستوى التعليم.

ويبدو هذا الاتجاه كما لو كان مؤيداً - ربما دون أن يدرى- لمقولة إن الشعب المصرى غير جاهز للديمقراطية، وهى مقولة تتنافى مع ما فرضته ثورة 25 يناير، ومع التسليم بأن التحول الديمقراطى لا يتم فوراً بمجرد قص الشريط وإنما يستغرق فترة، وأن هذه الفترة قد تشـهد أخطـاءً، ولكـن يجـب أن نتفق على أن اختصار هذه الفترة والحد من أخطائها هـو رهـن باسـتكمال البنـاء المؤسـسى للدولـة الحديثة وأحد أركانه وجود مراكز لها مصداقية فى قياس الرأى العام.

**أنواع أخري لإستطلاعات الرأي العام:**

تتعدد أشكال وأنواع الاستطلاعات في الرأي العام ومنها[28]:

**1- الاستطلاعات السياسية:**

تعتبر الاستطلاعات السياسية من أبرز وأهم استطلاعات الرأي العام، وهي الاكثر شيوعا، سواء الخاصة منها او تلك التي ليست خاصة تماما !

والاستطلاع السياسي يجري حول المواقف السياسية ويقوم به المرشحون أو جامعوا التبرعات والاحزاب السياسية.

وفي حين أن أغلبية هذه الاستطلاعات قد تجري للاستخدام الخاص، إلا أن نتائجها غالبا ما تتسرب لوسائل الاعلام حين تخدم تغطيتها مآرب الجهة راعية الاستطلاع.

وثمة أنواع كثيرة ومحتلفة من هذه الاستطلاعات، وقد صمم معظمها لمساعدة الحملات الانتخابية علي تركيز إستراتيجيتها. فقد لا يكون من المجدي مثلا، إنفاق أية نقود في الاجزاء الجنوبية من الولاية، إن كانت خسارة المرشح أكيدة هناك.

ويمكن للاستطلاع بيان المناطق الجغرافية القوية أو الضعيفة، أضف الي ذلك، أن الاستطلاعات تحدد المواقف السياسية التي يمكن أن تساعد المرشح أو تضره.

وفي حين أن معظم المرشحين يصرحون بأنه ليس للأستطلاع "أي تأثير" علي موقفهم، فان العديد منهم يقرّون بأنهم لن يتمسكوا بمواقف لا تحظي بشعبية.

الواقع أن قلة قليلة من المحللين السياسيين يعتقدون أن هناك أعدادا كبيرة من السياسيين يحددون موقفهم من بعض القضايا دون النظر الي أرقام الاستطلاع.

كما يمكن لاستطلاعات الحملات الداخلية أن تساعد الصحفيين علي فهم الاسباب الكامنة وراء اتخاذ المرشحين، أو الحملات أو الاحزاب، أو جامعي الاموال، خطوات معينة. وتعتبر هذه المواضيع هامة للصحفيين المختصين في تغطية الاحداث السياسية[29].

فالمرشحون يدخلون السباقات السياسية أو يتخذون مواقف معينة ويبرمجون أحداث الحملة الانتخابية ويصدرون البيانات المعبرة عن موقف معين، وينسحبون، ويقررون تأييد الاخرين أو مهاجمتهم بعد مراجعة نتائج الاستطلاع.. وتلعب الاستطلاعات دورا مهما، وأن يكن خاصا في الكثير من هذه القرارات، حيث يمكن للصحفي الذي لديه مصادر جيدة أن يحدد الدور الذي لعبته الاستطلاعات.

ويضاف الي ذلك أن التأثير الاوضح للاستطلاعات السياسية الداخلية، يحدث حين تنتشر نتائجها، سواء عن عمد أو صدفة. وقد يتم تسريبها لدعم موقف معين.

ويمكن لهذا النوع من تسريب المعلومات أن يكون مضللا للغاية، لأنه ليس في وسع الصحفي في الاغلب الحصول علي المعلومات اللازمة لتقييم الاستطلاع بشكل صحيح.

وفي مثل تلك الاحوال يكون نشر النتائج عملا صحفيا سيئا، حيث أن من المستحيل تأكيد ما اذا كانت الارقام التي جري تسريبها تعكس أي شيء بشكل دقيق.

ومثال علي ذلك في احدي القضايا الشهيرة من هذا النوع، قام طاقم الرئيس الامريكي "ليندون جونسون" بتسريب استطلاعا عن نيوهمبشاير قبل انتخابات الرئاسة التمهيدية لعام 1968.

ويتم تسريب الاستطلاعات عادة لخدمة من يسربونها وينطبق الشيء ذاته علي مؤيد ساخط يسرب استطلاعا مؤذيا للمرشح الذي يناصره. ولا يجوز الابلاغ عن الاستطلاع دون التحقق منه بطريقة صحيحة.

ويمكن للاستطلاعات المسربة هذه أن تلعب دورا مهما في عملية الاخذ والعطاء السياسي. وغالبا ما يسرّب المرشحون الاستطلاعات ليظهروا للمرشحين الاخرين أن من الانسب لهم الانسحاب.

وإمكانية الفوز هي غالبا محور الاستطلاعات المبكرة بهدف إخراج بعض المرشحين من السباق. وهذه المناورات قد تكون مهمة من الناحية السياسية، وغالبا ما يتم الابلاغ عنها. ويجب علي السياسيين اللذين يريدون نشرهذه الاستطلاعات أن يكشفوا منهجيتها حتي يتمكن الصحفيون من تقييمها.

**2- الاستطلاعات التتبع:**

وتعتبر إستطلاعات التتبع نوعا خاص من الاستطلاعات يستخدمه السياسيون، وباتت تستخدمه وسائل الاعلام مؤخرا.

وتشمل هذه الاستطلاعات علي إجراء مقابلات مع عدد قليل من عينات مختارة تتم خلال فترة قصيرة من الوقت. مثل إحدي الامسيات. ثم تجمع نتائج عدة أيام " يومين أو ثلاثة أيام عادة" لتقديم عينة عن الرأي العام خلال تلك الفترة. ويتم أخذ عينة إضافية في كل ليلة، ويجري إسقاط أقدم ليلة من الاستطلاع وإضافة نتائج الليلة الاخيرة.

وتوفر هذه الاستطلاعات أداة لقياس تغير المواقف أكثر دقة من الاستطلاعات الاسبوعية المنتظمة[30].

ولكن بسبب صغر عدد العينات، فإنها أكثر عرضة للوقوع في الخطأ بالاضافة الي بعض المشاكل المنهجية الخطيرة المحتملة، الا أنها يمكن أن تكون أداة مفيدة جدا لتتبع الرأي العام باستمرار ولفترة طويلة.

ومن المهم إدراك أن أي تغيير في الطرق المستخدمة قد يكون له تأثير كبير علي النتائج. فالانتقال من إعتماد الاستطلاعات لثلاث ليال الي الاستطلاعات لليلتين قد يكون له تأثير كبير.

**3- الاستطلاعات الزائفة:**

وهي الاستطلاعات غير العلمية التي تولد أعظم ضجة في استطلاعات الرأي العام. ولكن الاستطلاع هو علمي بطبعته، وهناك أسماء عديدة لهذه الاستطلاعات الزائفة كان أفضلها مسمي استطلاع "سلوبس" الذي صاغه الدكتور "نورمان براد بيرن" من المركز الوطني لأبحاث الرأي.

وتتمثل كلمة "سلوبس" الاحرف الاولي من جملة "مسوحات الرأي العام المختارة ذاتيا والمواجهة للمستمعين".

وليس لهذه الاستطلاعات أية قيمة علي الاطلاق سوي اشباع فضول البعض. ويمكن أن تكون ممتعة للغاية ان لم تؤخذ علي محمل الجد.

فالاستطلاعات التي تتم عن طريق الاتصال الهاتفي حول ما اذا كان الناس سيطبخون "سرطان البحر لاري" أم لا ؟ عبر برنامج ليلة السبت الحي والمباشر، أو إجراء إستطلاع عمن هو أفضل ظهير ربعي في برنامج "بعد ظهر يوم السبت الماضي"، قد تكون ممتعة.

وتقع المشكلة حين تعامل هذه الاستطلاعات الزائفة وكأنها إستطلاعات ذات مغزي[31].

كما أن بعض الصحفيين والمحررين والمنتجين مفتونون بالاستطلاعات "السلوبس" وهي نوع من الاستطلاعات غالبا ما تشمل ألوف إن لم يكن مئات ألوف المشاركين. ولسوء الحظ فقد كان إستطلاع ال "لتري دايجست" كذلك، إلا أن هذه أسوأ.

**4- إستطلاعات الفاكس التي تجريها المجلات والصحف.**

وهي أحد أنواع إستطلاعات "السلوبس" والذي تجرية المجلات والصحف بشكل دوري.

وفي هذه الحالة، تتضمن النشرة إستبيانا أو قسمة تعاد للناشر بعد الاجابة علي الاسئلة التي تتضمنها.

والمحررون يميلون الي الدفاع عن تلك المحاولات بصفتها طريقة لدفع القراء الي المشاركة في المطبوعة.

وهناك أراء تقول بأن إستطلاعات "السلوبس" إذا كان الهدف منها هو جمع المعلومات فإنها تنجح في ذلك أما إستخدمها لقياس الرأي العام فإنها فاشلة فشلا ذريعا(32).

**وهناك إشكالية الاستطلاعات التي تجري بواسطة الهاتف الثابت أو المحمول:**

يري بعض الخبراء في مجال إستطلاعات الرأي أن هناك إستطلاعات لا يمكنها أن تجري في الدول النامية أو المتقدمة الا بإستخدام التليفون، وهي استطلاعات الرأى العام الخاصة بإنتخابات الرئاسة يجب أن تتم باستخدام الهاتف بنوعيه الثابت والمحمول، وذلك للأسباب الآتية كما يري ماجد عثمان وزير الاتصالات الاسبق ومدير مركز دعم وإتخاذ القرار بمجلس الوزراء السابق وهي(33):

1- استخدام الهاتف فى إستطلاعات الرأى العام يسمح بإصدار النتائج فى فترة زمنية وجيزة، وهو عنصر حاكم عند إجراء استطلاعات للرأى العام حول انتخابات الرئاسة.

2- إستطلاعات الرأى التى أجراها المركز المصرى لبحوث الرأى العام «بصيرة» حول إنتخابات الرئاسة يتم إجراؤها فى يوم واحد، وذلك حتى نضمن أن اتجاهات الرأى العام لم تتغير أثناء جمع البيانات، فمثلاً إجراء استطلاع الرأى العام

بالمقابلة الشخصية على مدى أسبوع لا يضمن أن اتجاهات الرأى العام تجاه المرشحين للرئاسة فى اليوم الأول تتطابق مع اتجاهات اليوم الأخير، وهو تحول وارد فى ظل الأحداث المتسارعة من دخول وخروج فى سباق الرئاسة وتحالفات وحملات إعلانية ومناظرات تليفزيونية. وإذا كان إجراء مسح ميدانى على مستوى الجمهورية ممكناً نظرياً فى يوم واحد إلا أن ذلك سيكون بلا شك على حساب جودة جمع البيانات، وهى مواءمة تُعرض سمعة الجهة القائمة على الاستطلاع للخطر.

3- جرت العادة عند إجراء استطلاعات الرأى العام بواسطة المقابلات الشخصية أن يتم استبعاد سكان المحافظات الحدودية، وهى محافظات مطروح وسيناء الشمالية والجنوبية والبحر الأحمر والوادى الجديد، وذلك بسبب ندرة السكان من ناحية، وبسبب الانتشار الجغرافى الواسع فى هذه المناطق. وهو ما يؤدى إلى ارتفاع تكلفة جمع البيانات إذا ما تم بأسلوب المقابلات الشخصية. أما فى حالة إستخدام الهاتف فلا يتم استبعاد المحافظات الحدودية ومن ثَم لا يتم تغييب الرأى العام لسكان جزء عزيز على قلب كل مصرى(34).

4- تحليل مدى انتشار الهاتف الأرضى والمحمول على مستوى الجمهورية يُظهر النمو السريع فى انتشار الخدمة الهاتفية، وتشير أحدث البيانات إلى أن 84% من الأسر المصرية لديها هاتف أرضى أو محمول، وأن هذه النسبة مرشحة للزيادة، ومقولة إن «الخدمة الهاتفية مقصورة على أصحاب الدخول المتوسطة والمرتفعة فقط» هى مقولة غير صحيحة إذا أخذنا فى الاعتبار أن الخدمة الهاتفية تضم الهاتف الثابت والهاتف المحمول. وتجدر الإشارة إلى أن نحو 42% من الأسر المصرية لديها هاتف محمول وليس لديها هاتف ثابت، وهذه المجموعة من الأسر تشمل سكان الريف وسكان بعض المناطق العشوائية التى لا تتوافر فيها خدمات الهاتف الأرضى ومن المعروف أن جمع البيانات بأسلوب المقابلة الشخصية تكتنفه صعوبات مضاعفة فى المناطق العشوائية والتى يمكن النفاذ إليها بسهولة من خلال الهاتف.

5- إن الأوضاع الأمنية التى يشهدها المجتمع المصرى بنت حائطاً من الخوف من استقبال الباحث الميدانى الذى يجرى مقابلة شخصية فى المنازل، وهذا الشعور يؤدى إلى زيادة نسبة رفض المقابلات الشخصية. كما أن تنامى الاتجاه المحافظ يضيف أيضاً إلى نسب عدم الاستجابة فى حالة المقابلات التى تتم من خلال زيارات منزلية. وتكمن خطورة ذلك فى التحيز المحتمل فى النتائج فى ظل نسبة عدم استجابة مرتفعة لشرائح اجتماعية قد يكون لها سلوك تصويتى مختلف عن باقى شرائح المجتمع. ولا شك فى أن استخدام الهاتف يتغلب على هذه العقبات.

6- هناك بعض الدعاوى تقول إن الهواتف قد تخضع للرقابة من جهات أمنية، ومن ثم فإن المواطن يخشى من الإدلاء برأيه من خلال الهاتف. وهذه الحجة لا تُرجح بأى حال من الأحوال تفضيل المقابلة الشخصية على الهاتفية، لأن المقابلة الشخصية تتم فى المنازل ويكون عنوان المسكن معروفاً ومسجلاً فى استمارة الاستقصاء، كما أن اسم الشخص وصورته يكونان معروفين لدى من يقوم بإجراء المقابلة. وإذا افترضنا فيه أنه «مباحث وليس باحثاً» فيمكنه تسجيل اللقاء وتصويره إذا أراد ذلك. ولكننى أرى أن هذه الدعاوى يجب أن تختفى فى مصر الجديدة التى تتطلع إلى دستور يكفل الحريات وعلى رأسها حرية التعبير، وأن هذا الدستور سيواكبه، بلا شك، قوانين تجرم الكشف عن خصوصية البيانات الشخصية فى التعدادات والمسوح الميدانية واستطلاعات الرأى العام.

والقانون المصرى الحالى يتضمن نصوصاً تضمن الحفاظ على ذلك، وإن كانت العقوبات المنصوص عليها تحتاج إلى تغليظ لتحقيق مزيد من الضمانات لحرية التعبير والحفاظ على خصوصية المشاركين فى استطلاعات الرأى العام.

7- ظهور إستطلاعات للرأى العام يتم إجراؤها بأساليب مختلفة كالهاتف والمحمول والايميل هو ظاهرة صحية تصب فى النهاية فى صالح المواطن الذى

نهدف جميعاً - نحن العاملين فى مجال الاعلام وقياس الرأى العام- إلى تلبية حقه فى المعرفة وهذا التنوع فى المنهجيات والأساليب يتيح للمواطن مساحة أكبر من الحقيقة التى ربما لا تنكشف من خلال مركز واحد أو منهجية واحدة.

8- إجراء إستطلاعات الرأى العام الخاصة بالانتخابات الرئاسية والبرلمانية يتم فى معظم الدول وبإستثناءات قليلة بإستخدام الهاتف الثابت والنقال. ومعظم المؤسسات العاملة فى مجال قياس الرأى العام تستخدم عينة من الهواتف الثابتة والهواتف المحمولة، نظراً للتحول الذى يشهده العالم من الهاتف الثابت للمحمول. كما أن الاتجاه نحو استخدام الهاتف بنوعيه قد بدأ منذ عقود وتزايد هذا الاستخدام على نحو متسارع فى كل دول العالم. ووفقاً لموقع مؤسسة جالوب وهى أكبر مؤسسة تعمل فى مجال قياس الرأى العام فى العالم، فإن معظم إستطلاعاتها تتم بإستخدام الهاتفين الثابت والمحمول[35].وهذا الرابط يشير الي الاستطلاعات التي تجري عبر مؤسسة جالوب:

www.gallup.com/poll/101872/how-does-gallup-polling-work.aspx

9- في محاضرة ألقاها «جون زغبى» فى القاهرة يوم 8 مايو 2012، ومؤسسة «زغبى» هى إحدى أهم المؤسسات الأمريكية فى مجال قياس الرأى العام، ولها عديد من الأنشطة التى تتم خارج الولايات المتحدة الأمريكية، من ضمنها نشاط أشار إليه صاحبها، وهو إجراء إستطلاع رأى عام حول تفضيلات المصريين للرئيس القادم، وفى نهاية المحاضرة سأله أحد الحاضرين حول إجراء استطلاعات الرأى بالهاتف ومدى دقة النتائج التى تعتمد على استطلاعات الرأى الهاتفية. وأجاب زغبى بعفوية: "أذكر أن مثل هذه النقاشات كانت تدور فى الولايات المتحدة فى نهاية الستينيات، ولكنها سرعان ما حُسمت".

**عوامل نجاح إستطلاعات الرأي والدراسة الميدانية :**

تعد إستطلاعات الرأي العام وقياسه علي الانترنت ليس من المهام البسيطة والسهلة ولكنها من المهام الصعبة والمعقدة التي تحتاج الي العديد من الضوابط والاجراءات من أجل الاعتماد عليها، وهي ضرورة من ضرورات التحول إلى نظام سياسى حر يؤمن بحق الفرد فى المعرفة وبحقه فى الاختيار.

وهناك عدد من الوسائل التى يمكن إستخدامها فى التعرف على إتجاهات وميول المواطنين، إحدى هذه الوسائل المقابلات الشخصية التى يقوم من خلالها باحث ميدانى مدرب بإجراء مقابلة شخصية مع «مبحوث» بناء على إستمارة مقننة للتعرف على إتجاهاته وميوله تجاه موضوع ما، وهناك أسلوب المقابلة الهاتفية، حيث يقوم الباحث بإجراء المقابلة من خلال الهاتف الأرضى أو المحمول.

هناك أسلوب آخر يعتمد على إرسال الاستمارة بالبريد لمجموعة من الأشخاص يقومون بإعادة إرسالها بعد الرد على الأسئلة المتضمنة فى الاستمارة، وفى ضوء تراجع البريد الورقى لصالح البريد الإلكترونى والانتشار الواسع للإنترنت ظهر إتجاه لتبادل هذه الاستمارات من خلال البريد الإلكترونى أو إتاحتها على موقع إلكترونى يقوم المستجيب من خلاله بإستيفاء أسئلة الاستمارة وإرسالها مباشرة

يطلق عليها في معظم الاحيان بإستطلاعات الرأي العام، فقد توالت فى الشهور الاولي من ثورة يناير 2011 مجموعة مما سمّته بعض المراكز البحثية «استطلاعات رأى» حول المرشحين للانتخابات الرئاسية ومدى شعبيتهم، وعندما نرى نتائج هذه الاستطلاعات نجد أنها ينقصها الشفافية والوضوح، وأنها لم تزد على أنها توجيه للرأى العام نحو «س» أو «ص»، وذلك لرفع أسهم من تصب هذه الاستطلاعات فى مصلحتهم ومن أمثلة المراكز التي تخرج مثل هذه الاستطلاعات مراكز حكومية وتابعة

لمؤسسات صحفية كبري ومراكز خاصة، وعندما نتعرض لتفاصيل هذه الاستطلاعات نجد أن العينات التى أجرى عليها الهدف البحثى لا تزيد عن ألف شخص، بل وصلت العينات فى بعض الأحيان إلى 500 شخص، وعلمت أن بعض هذه المراكز تجرى إستطلاعها بين أشخاص معلومين لديها من حيث التوجهات السياسية، ثم نجد أنفسنا فى اليوم التالى أمام مانشتات للصحف تؤكد إجماع المصريين على أحد المرشحين كما حدث في الانتخابات الرئاسية عقب ثورة يناير 2011[(36)].

يؤكد الخبراء أن الدراسة الميدانية تعتبر من أهم الدراسات التى تجرى فى مجال قياسات الرأى العام، وذلك من خلال عدة أساليب:

مثل: إستخدام صحيفة إستقصاء بالمقابلة أو إستخدام صحيفة إستقصاء تسلم باليد للمبحوث أو ترسل إليه بالبريد.

**وعن أهم هذه العوامل :**

1- **تحديد الهدف من الدراسة الميدانية:** فلابد من المرحلة الأولى من مراحل تصميم صحيفة الأستقصاء المستخدمة فى بحوث الرأى العام، من تحديد أهداف الدراسة بوضوح ودقه لا غموض فيها.

ويقول (ليندبرج) فى ذلك "لا تحاول أن تعد صحيفة قبل أن تلخص غرض الإستطلاع وتختار العينة المناسبة لتحقيقه".

**2- تحديد البيانات المطلوب جمعها:**

فبعد تحديد أهداف الدراسة تأتى تحديد البيانات المطلوبة أو المطلوب جمعها، ولابد من إعداد جداول خيالية وإدخال أرقام صورية فيها، من أجل تحديد طرق معالجة

هذه البيانات، وتحديد مدى فائدة البيانات فى تحقيق أهداف الدراسة، وحذف الأسئلة التى لا تفيد تحقيقها[37].

وعند تحديد البيانات المطلوب جمعها ينبغى الرجوع الى الأتى:

- التراث العلمى واستمارات الإستقصاء التى سبق إعدادها فى بحوث مماثلة لمراجعة أسئلتها وتحسين ما قد يتراءى تحسينه منها أو اعادة صياغته ليخدم الدراسة.

- تحليل الامثلة المثيرة للاستبصار.

- جمع الأراء المتصلة بالموضوع فى وسائل الاعلام المختلفة.

- الرجوع الى الخبراء والمتخصصين فى مجال الدراسة.

- إجراء دراسة استطلاعية

**3- تحديد نوع صحيفة الدراسه الميدانية:**

تؤكد الدراسات العلمية أن هناك نوعان من صحائف الدراسة الميدانية فى مجال قياس الرأى العام هما[38]:

أ- صحيفة الأستقصاء التى ترسل بالبريد أو تسلم باليد للمبحوث الذى يقوم بالرد على الأسئله كتابة بنفسه.

ب- صحيفة المقابلة التى يقوم فيها الباحث بتوجيه الأسئلة للمبحوث وتسجيل إجاباته.

فقد تتميز صحيفة الأستقصاء التى يملأ المبحوث بياناتها بنفسه بأنها أقل وسائل الدراسة الميدانية فى مجال إستطلاع الرأى العام تكلفة من حيث الوقت والجهد والمال.

ويمكن بها الحصول على بيانات من عدد كبير من الأفراد وتوفر ظروف التقنين أكثر من أى وسيلة أخرى، وذلك بالتقنين فى الألفاظ وترتيب الأسئلة.

كما توفر وقتا للمبحوث للأجابة على الأسئلة أكثر مما لو سئل وطلب الأجابة مباشرة عقب توجيه السؤال.

وهناك ميزة أخرى وهى أن صحيفة الأستقصاء يمكن بها الحصول على بيانات قد يصعب الحصول عليها بوسائل أخرى حينما تحتم طبيعة الأستطلاع توجيه أسئلة قد يتردد الفرد فى الأجابة عليها بصراحة.

ومن جانب أخر هناك عيوب لهذا النوع من الصحائف تتمثل فى عدم إمكانية إستخدامها مع الذين لا يعرفون القراءة والكتابة ومن الأميين، مما قد يؤثر على طبيعة العينة وتركيبها.

فقد أثبت بعض الدراسات أن النتائج التى نحصل عليها من تحليل النتائج الأولية لصحيفة الأستقصاء بعد ملئها بواسطة فئة محددة من العينة تختلف عن النتائج النهائية بعد ملء الصحيفة من العينة كلها.

علاوة على أن الباحث يفقد إتصاله الشخصى بعينة الدراسة أو الأستطلاع، مما يحرمه من معرفة ردود الفعل وإستجابات المبحوثين على أسئلة الدراسة أو الأستطلاع ومن العيوب أيضا أن الكثير من المصطلحات والكلمات فيها قد تحمل أكثر من معنى لمختلف فئات الرأى العام ومما يقلل من قيمة الإستطلاع لعدم وجود الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للسؤال أو المصطلحات الواردة بالأستطلاع[39].

وبالنسبة لصحائف الأستقصاء بالمقابلة فتتميز بجمع البيانات من المبحوث وجها لوجه، مما يمكن الباحث من معرفة صورة النفس البشرية: مستعرضة ومتعمقة، وإستقصاء الموضوعات غير المعروفة والتى تجهل جوانبها المهمة.

كما تعتبر المقابلة إحدى الوسائل الهامة من أجل تحليل ما بداخل الإنسان من أمور وأشياء معلنة، وتشرح ما يكون غامضا من الأسئلة على أنها علاوة تكشف التناقض فى الأجابات مما يمكن من الحكم على مدى صدق الأجابات أكثر مما يحدث فى الأستقصاء البريدى أو بالهاتف العادى، أو بالهاتف المحمول.

وتقتصر عيوب هذا النوع من صحائف الدراسة، أو الأستطلاع فى إحتياجها الى وقت أطول، وجهد أكبر، وباحثين مدربين، وأمناء أكثر.

**4- إعداد إستمارة أو صحيفة الأستقصاء فى صورتها الأولية:**

فقد يمر إعداد صحيفه الأستبيان أو الأستقصاء فى صورتها الأولية بالخطوات الأتية:

أ- إعداد رؤوس الموضوعات التى ستشملها الصحيفة بالاسترشاد بأهداف الدراسه أو الأستطلاع.

ب- كتابة الأسئلة التى تندرج تحت كل موضوع من موضوعات الصحيفة ومراعاة الأعتبارات المنهجية والصياغة فى لغة هذه الأسئلة.

**5- مراجعة الصحيفة منهجيا وعمليا:**

تأتى مراجعة الصحيفة الأستقصائية منهجيا وعلميا كخطوة هامة من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء المنهجيين والعلميين والخبراء الممارسين وذلك بهدف:

أ – دراسة الشكل العام لتكوين صحيفة الأستقصاء.

ب- مراجعة الجداول الهيكلية للوقوف على مدى كفاية الأسئلة فى تحقيق أهداف الدراسه أو الأستطلاع.

ج – مراجعة ترتيب الأسئلة وتسلسلها المنطقى والسيكولوجى من وجهة نظر المبحوث.

د- مراجعة صياغة الأسئلة والتأكد من وضوحها.

س- مراجعة الماده العلمية الواردة فى الصحيفة ومدى إٍرتباطها بأهداف الدراسة أو الإٍستطلاع ومدى كفايتها فى الإٍجابة على تساؤلاتها من وجهة نظر المتخصصين والممارسين.

ص- إكتشاف مواطن الضعف أو النقص فى الموضوعات الواردة فى الصحيفة وإستكمالها[40].

**6- الإٍختبار القبلى PRE- TEST**

ويقصد به إٍجراء إٍختبار بسيط للصحيفة على عينة صغيرة جدا ممثلة للعينة الأصلية للوقوف على مدى صلاحيتها للعمل البحثى، والتعرف على مدى وضوح الأسئلة، ومدى قياس السؤال للعنصر المطلوب قياسة، والتعرف على الأسئلة التى قد تسبب حرجا للمبحوث أو يحاول التهرب من الإٍجابة، وذلك لإٍعادة النظر فيها سواء بحذفها أو إٍعادة صياغتها، أو التعرف على معدل الإٍستجابة ومشكلات العمل الميدانى والزمن الذى يستغرقه ملء الصحيفة الواحدة.

بالأضافة الى إٍقفال بعض الأسئلة المفتوحة بعد حصر الأحتمالات المختلفة للأجابة.

فإذا إقتضت نتائج الأختبار القبلى تغيرات جوهرية فى الصحيفة وجب إجراء إختبار، وقد تتكر هذه الإختبارات ثلاث أو أربع مرات - إذا سمحت طبيعة الدراسة أو الأستطلاع - قبل الإستقرار على الوضع النهائى الأنسب للصحيفة.

**7- إعداد صحيفة الأستقصاء فى صورتها النهائية.**

عندما تنتهى من الخطوات الست السابقة، تتم مراجعة صحيفة الإستقصاء ومراجعة نهائية، وذلك من حيث الشكل العام وترميزها والحصول على موافقة بعض الجهات المنوط بها إعداد هذه الموافقا.

**مثال على ذلك**: بعض الجهات والوزارات المعينة فى بعض البلاد العربية التى تعطى تصاريح لعمل مثل هذه الدراسات.

**ومثال أخر**: الجهاز المركزى للتعبئه العامة والإحصاء فى مصر والذى يعد من أهم الجهات التى ينبغى الحصول على موافقتها وفقا لطبيعة الدراسة.

ومن الأفضل من وجهة نظر الخبراء فى مجال إستطلاعات الرأى العام ترميز صحيفة الإستقصاء عند إعدادها، حيث ينبغى التفرقة بين نوعين من الأسئلة عند الترمز وهى الأسئلة المغلقة التى تعرف إحتمالات إجاباتها سلفا، والتى يجب أن ترمز فى مرحلة إعداد الصحيفة، أما الأسئلة المفتوحة فترمز عادة بعد إنتهاء العمل الميدانى.

كما يرى الخبراء أن ينبغى إعداد دليل ترميز لكل أسئلة الصحيفة بتحديد رقم العمود أو أرقام الأعمدة التى ستخصص لكل سؤال فى كشوف التفريغ.

وهناك قاعده تقول بأن السؤال الذى لا يحتمل الا إجابة واحدة يخصص له عمود واحد، أما السؤال الذى يحتمل أكثر من إجابه فيخصص لكل إجابه محتمله عمود قائم بذاته.

ب - الإعتبارات الهامة فى صياغة أسئلة صحيفة الأستقصاء وهى[41]:

أنواع الأسئلة:

فقد قسم الخبراء أسئلة صحيفة الإستقصاء فى بحوث الرأى العام من حيث الشكل والمضمون الى:

**أ- من حيث الشكل تنقسم الأسئلة الى:**

1- الأسئلة المغلقة: وهى الأسئلة التى يندرج معها إجابات محددة كبدائل لأختيار واحد منها أو أكثر، وتتعد البدائل على النحو الأتى:

- قد تكون البدائل بنعم أو لا

**مثال على ذلك:** هل شاهدت مبارة الأهلى والزمالك أمس؟

• نعم

• لا

- البدائل قد تكون فى صورة درجات للموافقة أو الأعتراض مثل السؤال التالى:

س: ما رأيك فى السياسات التى يطرحها برنامج الحزب الوطنى الديمقراطى فى مصر:

* أوافق

* لا أوافق

* لا رأى لى

- البدائل قد تكون فى صورة مجموعة من الإجابات يختار منها المبحوث واحدة أو أكثر منها على النحو الأتى:

**مثال على ذلك:**

س: ماهى الصحف المصرية التى تقرأها كل يوم عادة مما يلى:

- الأهرام * الأخبار * أخبار اليوم * الجمهورية * الوفد * المصرى اليوم * الشروق * الدستور * صوت الأمة * الرأى * الأهرام المسائى * اليوم السابع * صحف أخرى تذكر.

2- الأسئله المفتوحة: وهى التى تسمح بإٍجابة حرة من المبحوث كما يتراءى له، وفى مجال قياس الرأى العام ينبغى على الباحث تسجيل الإٍجابة كما يتذكرها المبحوث حرفيا، ومن نماذج الأسئلة المفتوحة النهاية

**مثال على ذلك:**

س: إٍذا توقفت الصحافة القومية فى مصر تفتكر ما هو البديل لهذه الصحف؟

ولكل نوع من الأسئلة مميزات وعيوب، حيث تتميز الأسئلة المغلقة بعدة مميزات منها أنها يمكن تفريغها وتحليلها بأقل جهد وتكلفه، وتمكن الباحث أو هيئة الأستطلاع من التاكد أن الأجابات لن تخرج عن الأطار المرجعى المحدد لإٍحتمالات الإٍجابة.

**مثال:** هل أنت متزوج؟

- نعم
- لا

أما أهم عيوب الإٍسئلة المغلقة فتتمثل فى أنها تفرض توجيها معينا على إجابات المبحوثين من ناحية، وقد لا يجد المبحوث إٍجابته بين الإٍحتمالات المطروحة من ناحية أخرى.

بينما تتميز الإسئلة المفتوحة النهاية بأنها تتيح الفرصة أمام المبحوث للتعبيرعن أرائه دون إرغامه على الإختيار من بين البدائل عن "إجابة أخرى تذكر التى تتطلب منهم جهدا إضافيا فى تحديدها"

وعن عيوب الأسئلة المفتوحة فإنها تتمثل فى صعوبة تجهيز بياناتها وإرتفاع تكلفتها من حيث الوقت والجهد والمال[42].

**ب – من حيث المضمون تنقسم الإسئلة الى:**

1- أسئلة الحقائق: المقصود بها نوع المعلومات المطلوبة وليس صدق الإجابة ودقتها، فالسؤال قد يكون من أسئلة الحقائق وتكون إجابته غير حقيقية.

ولكن الهدف منها هو التأكد من حقائق معينة عند الفرد.

مثل: السن، النوع منطقة الأقامة، الحالة الإجتماعية.

3- أسئلة الرأى: وتعتبر ركيزة قياسات الرأى العام، ومن أهم سمات هذه النوعية من الأسئله أن الإجابة عليها تحتاج الى تفكير، ولا توجد إجابة صحيحة واحدة على هذا السؤال كما فى أسئلة الحقائق.

**مثال:** هل توافق على إشراف القضاة على الإنتخابات العامة؟

. يوافق

- يوافق بشروط تذكر
- لا يوافق

**أساليب إستطلاع الاراء وإمكانيات التلاعب في عقول الناس وضمائرهم:**

ومن هذه الأساليب اعتماد طرق وآليات ملتوية تستغفل المستفتى والمطلوب رأيه في مصلحة بعض القوى دون غيرها ومن هذه الأساليب:

- هناك إستفتاءات وإستطلاعات للرأي تعلن عن نتائج إستباقية لتوجهات الرأي العام المراد منها الإيحاء للناخبين ان الحزب الفلاني او الشخص الفلاني او الشركة الفلانية قد حازت على أغلبية أصوات من تم استطلاع آراءهم وهو توجيه للرأي باتجاه معين لان الخيار الأخر سيكون خاسرا لعدم امتلاكه للشعبية حيث تجري هذه الممارسة وفق ما يسمى نظرية التأثير (الانجاحي) لاستطلاع الرأي، اي القدرة المزعومة لاستطلاعات الرأي على تصوير مرشح ما على انه الفائز او الخاسر، ومن ثم قدرتها على تأدية وظيفة ذات انجاز ذاتي وطبقا لهذه النظرية فان المرشح الذي تظهره الاستطلاعات الأولية متمتعا بالشعبية ومتقدما على منافسيه أصبح في مقدوره اكتساب المزيد من التقدم على أساس ما يسمى بالتأثير (الانجاحي)، وبالعكس يحدث مع المرشح الطموح الذي لا يحرز في الاستطلاعات الأولية سوى القليل من الأصوات[43].

- نوعية الفئات المختارة في الاستطلاع والتي غالبا ما تكون من القوى ذات التوجه المحسوم لحساب وإرادة من يقف وراء المستطلع سواء بالسلب او الإيجاب.

- طريقة طرح السؤال المتضمن إيحاءا بالإجابة نفيا او قبولا حسب هوى المستطلع وتطلعاته.

- ظرف إجراء الاستطلاع والتي تكون معلومة بالنسبة للقائم بالاستطلاع بحيث يكن عاملا مساعدا يصب باتجاه رغبة القوى طالبة الاستطلاع.

- جنس وعمر وقومية ومهنة المستطلعة آراءهم، هذه الصفات التي يتم اختيارها لتصب في مصلحة إرادة معينة وبالضد من إرادة القوى المنافسة، تبعا لمدى انسجام هذه الإرادات مع او ضد مصالح هذا لجنس وهذه الفئة العمرية او هذه الطبقة او هذه المهنة.

- بلاضافة الى الدوافع لقوى الوطنية سواء سياسية او اقتصادية فان بلصالح حكومةنبية تتحايل في طريقة وأسلوب استطلاع وتوجيه الرأي العام ليصب في مصلحتها وذلك عبر بعض الأشخاص او الشركات الوطنية ومن هذه الممارسات ما تقوم الولايات المتحدة الأمريكية كما يذكر هربرت شيللر ان الركيزة الأساسية لبرنامج البحث (لوكالة الاستعلامات الأمريكية) هو استطلاع الرأي العام، الذي يتم إجراءه في كل منطقة متاحة للباحثين المتخصصين في الاتصال. والشيء المشترك في كافة الاستطلاعات هو أنها لا يتم إجراؤها بصراحة لصالح حكومة الولايات المتحدة، فالإجراء التقليدي المتبع هو التعاقد مع شركة خارجية، عادة ما يكون مقرها في البلد الذي يتم استطلاع الرأي فيه، للقيام بإجراء البحث[44].

**أمثلة لاستطلاعات الرأي "الحكومية" الموجهة[45]:**

- إستطلاع رأي حول خدمات الحكومة الألكترونية - تقرير مقارن

تم بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر] 16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول أزمة أنابيب البوتاجاز

بواسطة هبة الله عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار [مصر] 16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول مشاكل المرور المصري - تقرير مقارن

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول قانون الضرائب العقارية الجديد

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- اسـتطلاع رأي المـواطنين بـبعض محافظـات الجمهوريـة حـول تجربـة البطاقـات التموينيـة الألكترونية

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي أصحاب المحالّ التموينية ببعض محافظات الجمهوريـة حـول تجربـة البطاقـات التموينية الألكترونية

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- اسـتطلاع رأي المـواطنين حـول اسـتهلاك الأُسر المصريـة مـن اللحـوم الحمـراء في ظـل ارتفـاع أسعارها

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول مكانة المرأة في المجتمع المصري - تقرير مقارن

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]
16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي حول جودة المواصلات العامة - تقرير مقارن

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

- استطلاع رأي المواطنين حول تقييم أداء الحكومة - تقرير مقارن

بواسطة هبة اللـه عبد الحميد مصطفى فتحى - مركز المعلومـات ودعـم اتخـاذ القـرار [مصر]

16 ديسمبر، 2010

والجدير بالذكر أن معظم مثل هذه الاستطلاعات كانت تجري لصالح الحكومة المصرية وتوجيه الرأي العام نحو تقبل كل ما تقوم به الحكومة تجاه شعبها، حيث أن مركز دعم وإتخـاذ القـرار هـو مركز حكومي تابع لمجلس الوزراء ونتائجـه دائمـا تكـون في صـالح الحكومـة ورئـيس الدولـة وحزبـه الحاكم.

**أهم استطلاعات الرأي العام بعد 25 يناير 2011**

- استطلاع رأي المصريين في العلاقة بين الشرطة والشعب

في ظل حالة التوتر وانعدام الثقة المستمرة بين جهاز الشرطة والمـواطنين في مصر والتـي ظهـرت بشكل كبير بعد ثورة 25 يناير، أصبح هناك حاجة ملحة لإعادة بنـاء جسـور الثقـة بـين المـواطنين في مصر ورجال الشرطة، والتأكيد عـلى دور جهـاز الشرطـة في حفـظ الأمـن والاسـتقرار، ومنـع الجريمـة وتطبيق القانون. لذا قام مركز استطلاع الرأي العام بإجراء استطلاع للرأي عـلى عيِّنـة مـن المـواطنين البالغين (18 سنة فأكثر)، بهدف معرفة مدى شعورهم بالأمان في الوقت الحالي، بالإضـافة إلى معرفـة آرائهـم في العلاقـة بـين المـواطنين والشرطـة، ومقترحـاتهم لتحسـين هـذه العلاقـة. وقـد بلـغ عـدد الاستجابات الفعلية 1035 استجابة.

تاريخ الاصدار 2011/04/01

- استطلاع رأي حول إنفاق أولياء الأمور على المستويات المختلفة من التعليم

يُعد توفير الميزانيات المطلوبة لتطوير وتحسين العملية التعليمية في مصر أحد أهم التحديات التي تواجهها الحكومة المصرية، وفي ظل انخفاض جودة الخدمات التعليمية الحكومية، اتجه أولياء الأمور إلى طرق أخرى للحصول على تعليم أفضل لأبنائهم، مثل الدروس الخصوصية، كما اتجه القادرون منهم للتعليم الخاص أو الدولي، والتي تُعدُّ جميعها عبئا على الأسر المصرية. وفي هذا الإطار قام مركز استطلاع الرأي العام بإجراء استطلاع لرأي عيِّنة من أولياء أمور الطلاب في مراحل التعليم قبل الجامعي، حول إنفاقهم على المستويات المختلفة من التعليم. وقد تم استطلاع رأي 2131 ولي أمر لديهم 4040 طالبا في مراحل التعليم قبل الجامعي

تاريخ الاصدار 2011/03/01

- رؤية المواطنين لأوليات القضايا التي يجب أن تعمل الحكومة عليها

يتجه اهتمام متخذ القرار والحكومة في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011 إلى اجتياز مرحلة ما بعد الثورة بما يؤدي إلى العبور بالدولة المصرية إلى الاستقرار والأمن، وترسيخ المبادئ التي قامت عليها الثورة. وفي هذا الإطار أجرى المركز استطلاع لرأي المواطنين حول أولويات القضايا التي يجب أن تعمل عليها الحكومة في فترة ما بعد الثورة

تاريخ الاصدار 2011/03/01

## مراجع الفصل الخامس

1- أحمد مبارك، مليون مصري ينضمون لـ"فيس بوك" بعد الثورة، تقرير منشور في جريدة المصري اليوم، القاهرة: مؤسسة المصري اليوم، العدد2501 السنة السابعة، بتاريخ 19-4-2011.

2- أبو الحجاج أسامة – (دليلك الشخصي إلى عالم الإنترنت)، نهضة مصر - القاهرة – 1998.

3- السيد سمير – (محاضرات في شبكة المعلومات العالمية)، مكتبة عين شمس - القاهرة – 1997.

4- محمد خليل، الرأي العام الاليكتروني، مقال منشور في منتديات طلبة علوم الاتصال والاعلام جامعة عبد الحميد ستغانم، بتاريخ 9-6 -2009.

5- محمد جمال عرفة، الرأي العام الاليكتروني، في المصدر السابق نفسه.

6- المصدر السابق نفسه.

7- محمد خليل، مصدر سابق.

8- أبو الحجاج أسامة، مصدر سابق.

9- السيد سمير، مرجع سابق.

10- أحمد أبو زيد، سيكولوجية الرأي العام ورسالته الديمقراطية، مرجع سابق.

11- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، نحو مفهوم عربي إسلامي للمجتمع المدني، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص18.

12- المرجع السابق نفسه.

13- مواقع عربية وهي:

اليوم السابع المصري 10-11-2010. http://www1.youm7.com/

موقع جريدة المصري اليوم – القاهرة. http://www.almasryalyoum.com/

موقع المحيط الإخباري. http://www.moheet.com/

14- موقع الجزيرة نت http://www.aljazeera.net/

موقع مصراوي – القاهرة http://www.masrawy.com/

موقع اسلام اون لاين http://islamonline.net/

15- مواقع أجنبية مثل:

www.victimology.com

www.elaph.com

www.alrai.com

16- عاطف عدلى العبد، فوزية العلى، دراسات فى الإعلام الفضائى، (القاهرة: دار الفكر العربى، 1995).

17- موقع أخري مثل

www.crime-prevention.org

www.unicri.it

18- عبد الحميد إسماعيل الأنصاري، نحو مفهوم عربي إسلامي للمجتمع المدني، مرجع سابق.

19-عمر هشام ربيع، الرقابة السياسية في النظم السياسية، مرجع سابق.

20- محمد جمال عرفة، الرأي العام الاليكتروني، مرجع سابق.

21- المرجع السابق نفسه.

22- المرجع السابق.

23- المرجع السابق.

24- ماجد عثمان، استطلاعات الرأى العام.. كيف تكون صادقة؟، مقال منشور في جريدة المصري اليوم، 23/ 4/ 2012.

25- بيير حنا إيواز، إدارة استطلاعات الرأي العام، مقال منشور في مجلة البطريركية السريانية، بدمشق، العدد: نيسان- ك1 / 2007.

26- حامد شهاب، إستطلاعات الرأي العام. والمصداقية، مقال منشور في موقع قراءات علي النت 28-4-2012.

27- ماجد عثمان، إستطلاعات الرأى العام الهاتفية فى الميزان، مقال منشور في المصري اليوم، 12-5-2012.

28- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز ويت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشام عبد الله، (عمان: دار الأهلية، 1997).

29- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز ويت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشـام عبـد اللــه، مرجع سابق.

30- المرجع السابق نفسه.

31- هاني صلاح الدين، صناعة رأى وليس استطلاع رأى، مقال منشور في اليوم السابع، الخميس، 17 مايو 2012).

32- المرجع السابق.

33- ماجد عثمان، إستطلاعات الرأى العام الهاتفية فى الميزان، مرجع سابق.

34- المرجع السابق نفسه.

35- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهر: عالم الكتب، 1992).

36- محمد عبد الحميد، الجمهور فى بحوث الإعلام (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، 1989).

37- ماجد عثمان، استطلاعات الـرأى العـام.. كيـف تكـون صـادقة؟، مقـال منشـور في جريـدة المصري اليوم، 23/ 4/ 2012.

38- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز ويت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشـام عبـد اللــه، (عمان: دار الأهلية، 1997).

39- شيلدون آ ر. جاوايزر: جى-إيفانز ويت، الصحافة والرأى العام، ترجمة هشـام عبـد اللــه، مرجع سابق.

40- المرجع السابق نفسه.

41- المرجع السابق نفسه.

42- هربرت أ.شيللر-المتلاعبون بالعقول، مقال منشور في: عالم المعرفة، شبكة النبأ المعلوماتيـة-الاحد 1/آذار/2009 - 3/ربيع الاول/1430.

43- صدفة محمود ونجوان فـاروق شـيحه، دور إسـتطلاعات الـرأي العـام في صـنع السياسـات العامة، بحث مقدم الى مؤتمر اسـتطلاعات الـرأي العـام واتخـاذ القـرار-النظريـة والتطبيـق، (فبرايـر 2007)، العراق.

44- المرجع السابق نفسه.

45- تقرير إستبيانات لعام 2010، مركز دعم وإتخاذ القرار، (القاهرة: مجلس الوزراء، القـاهرة، 2010).

# الفصل السادس

---

# أدوات البحث فى الرأى العام

تعتبر الرسالة الاعلامية أحد العناصر الاساسية والهامة فى عملية الاتصال بكافة أنواعه، لأنها المضمون الذى يسعى القائم بالاتصال لتوصيلة الى الجمهور المستهدف.

ويعتبر تحليل المضمون أو المحتوى هو الوسيلة الاساسية للكشف عن ماهية المضمون والشكل وأشياء أخرى كثيرة تتصل بذكاء المصدر وقدراته وشخصيته ودوافعه وإتجاهاته وقيمه.

ولقد بدأ إكتشاف تحليل المضمون فى النصف الاول من القرن العشرين فى العالم العربى، وإتجه بعض الباحثين الى تطبيقه فى دراساتهم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. كما بدأت دراسات تحليل المضمون فى مصر منذ الستينات وإزدهرت إستخداماتها عاما بعد عام وإعتمدت عليه مئات الرسائل والبحوث سواء بمفردها أو فى إطار منهجى متكامل يدرس الرسالة والمتلقى وأساليب الممارسة[1].

**تحليل المضمون:**

تعريف تحليل المضمون: هناك العشرات من التعاريفات لتحليل المحتوى من أهمها تعريف "بيرلسون" بأنه أحد الاساليب البحثية التى تستخدم فى وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الاعلامية وصفا موضوعيا وكميا.

بينما دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية تعرف تحليل المضمون بأنه أحد المناهج المستخدمة فى دراسة محتوى رسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، وذلك بإختيار عينة من المادة موضع التحليل وتقسيمها وتحليلها، كميا وكيفيا على أساس خطة منهجية منظمة[2].

**إستخدمات تحليل المضمون:**

هناك نموذج معروف لاستعمالات تحليل المضمون كما يقول الدكتور عاطف العبد فى كتابه: الرأى العام وطرق قياسه وهى:

من؟ - يقول ماذا؟ - بأى وسيلة؟ - لمن؟، وبأى تأثير؟

**وحدات تحليل المضمون:**

وحدة التحليل هى الشىء الذى نقوم حقيقة باحتسابه وهى أصغر عنصر فى تحليل المضمون وأكثرها أهمية، وأهم وحدات المحتوى خمس وحدات أساسية لتحليل الرموز اللفظية وهى(3):

**1- وحدة الكلمة:**

وهى أصغر الوحدات وتتضمن الكلمة ومكونتها كالجمل مرادفة لما أطلق عليه "لازويل" الرمز وليس المصطلح.

وتكمن صعوبة تحليل الكلمة فى حالة تعبيرها عن رمز أو فى حالة الكشف عن بعض المفاهيم المجردة كالحرية أو الديموقراطية او العدالة.

**2- وحدة الموضوع أو الفكرة:**

وتعتبر أكثر الوحدات إستخداما فى مادة الاتصال والشائعات والنكت.

والموضوع فى صورته المختصرة عبارة عن جملة بسيطة مثلا: "فعل ومفعول" أو عبارة أو فقرة تتضمن الفكرة التى تدور حول مسألة معينة.

**3- وحدة الشخصية:** ويكثر أستخدامها فى تحليل القصص والافلام والتراجم... الخ. وهناك فرق بين وحدتى الكلمة والشخصية فى حالة الاشخاص فالاولى تهتم بشخص معين لأنه يعبر عن فكرة أو إتجاه بينما الثانية بتحليل الشخصية وتتطورها فى عمل أدبى أو فى التراجم والسير.

**4- الوحدة الطبيعية للمادة الاعلامية:**

وهى التى يستخدمها منتج المادة الاعلامية لتقديمها الى جمهوره، مثل الكتاب، الفيلم العمود، المسلسلات، والمسرحيات، والبرامج الشائعة... الخ

ويمكن تقسيم هذه الوحدة الى أقسام فرعية، مثل برامج ترفيهية وبرامج جادة، ويمكن تقسيمها الى برامج طوائف مثل برامج للشباب، برامج للعمال، برامج المرأة.

**5- وحدة مقاييس المساحة والزمن:**

يلجأ الباحث الى بعض المقاييس المادية للتعرف على المساحة التى شغلتها المادة الاعلامية المنشورة فى وسائل الاعلام المطبوعة أو الزمن الذى استغرقته المادة المذاعة أو المبثة للتعرف على مدة الاهتمام والتركيز بالنسبة للمواد الاعلامية المختلفة موضع التحليل.

وتكون عادة وحدة القياس بالنسبة للمواد المطبوعة السنتيمتر، والمسموعة والمرئية الثانية أو الدقيقة.

**- فئات تحليل المحتوى:**

تقسيم فئات تحليل المضمون الى نوعين[(4)]:

1- فئة الموضوع "ماذا قيل؟"

2- فئة الشكل "كيف قيل؟" وشرحا كالأتى:

**أولا-: فئات الموضوع: ماذا قيل ؟ وتشمل:**

أ- فئة موضوع الاتصال: وتعتبر أكثر الفئات إنتشارا وتجيب علي سؤال رئيس:علام تـدور مـادة الاتصال، وكل بحث له فئاته.

**مثال:** موضوع الشائعات يمكن تقسيمها الي سياسية – إقتصادية –

ب- فئة إتجاه مضمون الاتصال:

وتوضح هذه الفئة مدي تأييد أورفض قضية ما، وتقسم الي: إيجابي، معتدل، أو التسامح – الحركات، إيجابي، سلبي.

ويحدد الخبراء أن مضمون الاتصال يكون إيجابيا عندما يعرض للموضوع بصورة مؤيدة ويتجنب النواحي السلبية مع التركيز علي المستقبل المشرق، والعكس صحيح.

ج- فئة القيم:

ويطلق عليها الباحثون بعض المسميات مثل: الاهداف، الاحتياجات وتستخدم للتعرف علي الهدف أو القيمة التي يسعي القائم بالاتصال الي تحقيقها.

د. فئة السمات:

وتستخدم لوصف خصائص الافراد، كالسن، والنوع والاقامة... الخ

وهذه الفئة مفيدة في معرفة خصائص مروجي الشائعات.

هـــ - فئة مصدر المعلومة:

وتستخدم للكشف عن الشخص أو الجهة مصدر المعلومة أو الشائعة.

س- فئة الجمهور المستهدف:

وتسعي الي التعرف علي الجمهور الذي يستهدف القائم بالاتصال توجيه المادة الاعلامية له.

فئة الجمهور المستهدف من الشائعة يمكن تقسيمها الي: المسئولون الحكوميون، أعضاء الاحزاب، الاجهزة، الرقابية، المواطن العادي.

**ثانيا:- فئات الشكل: كيف قيل؟ وتشمل[(5)]:**

أ- فئة شكل المادة الاعلامية:

أي الشكل الذي قدمت به المادة في وسائل الاعلام.

ففي الصحف نجد مثل خبر، مقال، عمود، تحقق.

ففي الاذاعة والتلفزيون نجد مثلا: حديث مباشر، حوار، مناقشة.

ب- فئة اللغة المستخدمة: من الفئات الهامة لما يتؤتب عليها من نتائج تتعلق بمدي فهم الرسالة الاعلامية: مثل اللغة العربية الفصحي، اللغة الفصحي البسيطة، او الانجليزية أو الفرنسية.

ج- فئة المساحة والزمن: فكما زادت المساحة كان ذلك دليلا علي زيادة الاهتمام بالمادة.

**شروط في تحليل محتوي المواد الاذاعية والتلفزيونية الموجه للراي العام[6]:**

1- تمتع القائم بالتحليل بسلامة الحواس، السمع والرؤية.

2- توفر جهاز فيديو لتسجيل عينة الدراسة.

3- كفاءة شرائط التسجيل.

4- توافر ساعات إيقاف لقياس الزمن.

5- ضرورة توافر باحثين يعرفون في وسائل لايضاح التلفزيونية مثل:

- رسوم متحركة، عرائس، تمثيل بشري، أقنعة، تصوير ميداني، خرائط مجسمة، لوحات.

6- ضرورة معرفة القوالب الفنيـة المسـتخدمة في عـرض المضـمون مثـل، حـديث مبـاشر أسـئلة واجوبة وحوار.

**عوامل نجاح تحليل المحتوي في مجال بحوث الرأي العام:**

1- الدقة في تصميم إستمارة التحليل.

2- حسن إختيار العينة التي سيتم تحليلها من المحتوي الاعلامي.

3- الدقة في تسجيل المادة المراد تحليلها.

4- الدقة في تفريغ البيانات وتفسرها.

وسوف نتناول كل نقطة فيما يلي[7]:

1- الدقة في تصميم إستمارة التحليل:

**لكي تحقق الدقة لابد من مراعاة القواعد المنهجية في مراحل إعداد إستمارة التحليل وهي:**

أ- تحديد أهداف دراسة تحليل المحتوي. وتوجد قاعدة منهجية تتصل بإعداد الاستمارة – أي إستمارة سواء لدراسة المحتوي أو الجهود أو القائم بالاتصال - تقول: لا تحاول إعداد إستمارة قبل أن تلخص غرض الدراسة في أسئلة محددة.

ففي ضوء الاسئلة التي تعكس هدف الدراسة يتم تصميم الاستمارة وإختيار العينة المناسبة لتحقيق الهدف.

ب- تحديد البيانات المطلوب جمعها:

وهي الخطوة الثانية بعد تحديد أهداف الدراسة التحليلية ومن أجل ذلك يقوم الباحث بالاتي:

- الرجوع الي التراث العلمي وإستمارات تحليل المحتوي التي سبق اعدادها في بحوث سابقة لمراجعة الفئلت وتحسين ما قد يتراءي تحسينه منها.

- الرجوع الي الخبراء والمتخصصين في مجال الدراسة.

- إجراء تحليل محتوي مبدئ علي عينة صغيرة بهدف تحديد العناصر المكونة لوحدات وفئات التحليل وتكوين الفةبين الباحثين والمحتوي الذي يدرسه وتحديد مشكلة البحث تحديدا دقيقا، ووضع التساؤلات من خلال الملاحظة المنظمة للمحتوي والمتغيرات الاعلامية والسياسية والاجتماعية.

- والمساهمة في تصميم الاستمارة وجدولة الفئات.

ج- تحديد نوع الاستمارة يدوية أو ألية.

هنالك نوعان من الاستمارارت المستخدمة في تحليل المضمون:

1- استمارة تحليل معدة للتفريغ الالي: ومثل الاستمارات التي تستخدم في تحليل الشائعات علي مستوي الدولة.

2-استمارة تحليل معدة للتفريغ اليدوي.

د- إعداد استمارة التحليل في صورتها الاولية بعدة خطوات أهمها:

أ- إعداد رؤوس الموضوعات التي سيشملها التحليل.

كتابة الفئات التي تتدرج تحت كل موضوع ومراعاة الاعتبارات المنهجية والصياغة في ذلك ومنها:

**الشمول:**

فيجب أن تشمل استمارة التحليل كافة البيانات التي تحقق أهداف الدراسة وتفيد في استخلاص النتائج وعقد المقارنات بما في ذلك البيانات الكمية والملاحظة التي يرصدها الباحث.

**- الدقـــة:**

علي الباحث أن يدرك أن تصميم الاستمارة سيكون بمثابة المرجع الاساسي للاتصالية، مما يلزمة بالدقة.

**الوضوح:**

فلابد من وضوح أدوات البحث مثل استمارة التحليل، ومفهومه للمعاونين للباحث حتي يتسني لها رصد البيانات ومن ثم لابد من إعداد تعريف اجرائي لكل فئات الاستمارة.

س. مراجعة استمارة التحليل منهجيا وعلميا:

أي عرض الاستمارة علي مجموعة من الخبراء المنهجين والعلميين وذلك من أجل تحقيق الأتي:

1- دراسة الشكل العام لتكوين استمارة تحليل المحتوي.

2- مراجعة الجداول الهيكيلية للوقوف علي مدي كفاءة الفئات وكفايتها في تحقيق أهداف الدراسة.

3- مراجعة رءوس الموضوعات والفئات المتدرجة تحتها.

4- مراجعة صياغة الفئات والتأكد من وضوحها وشمولها.

5- مراجعة صياغة الفئات وتحت كل فئة منهما لاختيار الانسب واستكمال النقص.

6- مراجعة المادة العلمية الواردة في استمارة التحليل ومدي ارتباطها بأهداف الدراسة التحليلية واكتشاف مواطن الضعف أو النقص في الموضوعات أو الفئات الواردة في الاستمارة.

ز. الاختبار القبلي:

ويجري علي عينة صغيرة (10%) ممثلة للعينة الاصيلة من الصحف مثلا من أجل التعرف علي مدي الفئات ومدي قياسها للشئ المطلوب قياسه والتعرف علي مشكلات العمل الميداني كانقطاع التيار الكهربائي.

والتعرف علي الزمن الذي يستغرقه العمل ومدي القدرة علي الاستمرار فيه واحتياجه فئات جديدة وإقفال بعض الفئات المفتوحة بعد حصر الاحتمالات.

ك- إعداد استمارة التحليل في شكلها النهائي:

فبعد الانتهاء من كافة الخطوات السابقة يتم مراجعة الاستمارة واعدادها في شكلها النهائي.

مع مراعاة:

1- الشكل العام وحسن إخراج الاستمارة.

2- الترميز.

3- الحصول علي بعض الموافقات اذا استلزم الامر ذلك مثل اعتماد الاستمارة من الجهات الاعلي في السلم الاداري.

4- طبع الاعداد الكافية من الاستمارات مع مراعاة تخصص كمية لاختبار الثبات بين الباحث ونفسه وبين الباحث وعدد من المحللين بالاضافة الي كمية إضافية لاحتمالات الخطأ في ترتيب صفحات الاستمارات عند تجميعها مع مراعاة:

1- حسن إختيار العينة:

2- أن تكون ممثلة للمجتمع الاصلي.

3- الدقة في العمل الميداني "تسجيل المادة" وتشمل

4- حسن إختيار المحللين وتدريبهم.

5- الدقة فى تفريغ بيانات الاستمارات فى كشوف التفريغ ووضع خطة

اجراء اختبار الثبات. والمقصود بالثبات هو قياس مدى استقلالية المعلومات عدد أدوات القياس ذاتها اى مع توافر نفس الظروف والفئات والوحدات التحليلية والعينة الزمنية من الضرورى والحصول على نفس النتائج مهما اختلف القائمون بالتحليل.

**وتوجد معادلات عديدة لأختبار الثبات:**

أهمها معادلة هولستى وسكوت ومعادلة هولستى Holsti هولستى = 2تـــ

ن1+ن2

ت: تعنى عدد الحالات اللتى يتفق فيها المرمزان، ن1 = عدد الحالات التى رمزها المرمز رقم (1).

ن2= عدد الحالات التى رمزها المرمز رقم(2).

فإذا كان لدينا عشر حالات إتفق المرمزان فى ثمانى حالات واختلفا فى حالتين يكون الثبات 2(8) = 16

20 = 10+10

ولابد أن يتفق الباحاثان معا بنسبة 0.80.

وتميز معادلة هولستى بسهولتها.

وكذلك المقارنة بين نتائج الدراسة وما سبقها من دراسات مع مراعاة أن يتضمن التقرير النهائى فصلا عن مشكلة البحث ومنهجه وتوصيف المادة المحللة.

ومن الأهمية عند عرض نتائج التحليل التى تمت معالجتها احصائيا استخدام مقاييس الارتباط والانحدار بالاضافة الى المعاملات الموسمية وتأثيرها على البيانات الاعلامية.

مع ملاحظة تتضمن الجدوال التفصيلية وفريق البحث وقوائم المحكمين وصعوبات البحث وحدوده، وما يثيره من بحوث مستقبلية.

**الملاحظة فى بحوث الرأى العام**

تعتبر الملاحظة عملية مستمرة فى حياتنا اليومية، فعندما نلاحظ إشارة المرور تشير الى التوقف، فنتوقف، وعندما نلاحظها تشير الي استمرار السير، فنسير، وهكذا.. وعند ملاحظة حالة السحب الكثيفة. نرتدى الملابس الشتوية او الصيفية حسب حالة الجو الشتوية والصيفية. تعتبر الملاحظة من الوسائل التى عرفها الانسان وإستخدمها فى جميع بياناته من مجتمعه منذ اقدم العصور.

وما يزال يستخدمها فى جميع البيانات والحقائق التى تمكنه من تحديد مشكلة بحثه ومعرفة عناصرها وتكوين فروضه وتحقيق هذه الفروض والتأكد من صحتها.

وتعتبر الملاحظة أداة علمية لجمع المعلومات والبيانات فى إستطلاعات الرأى إذا توافرت لها عدة شروط منها[8]:

1- أن يكون لها غرض بحثى عميق وليس لمجرد فضول أو إستطلاع غير هادف.

2- أن توضع لها خطة منتظمة، وأن تسجل الملاحظات تسجيلا دقيقا.

3- تخضع لمراجعات وضوابط تكفل الثقة فى نتائجها.

**مميزات وإيجابيات الملاحظة[9]:**

1- تمكن الباحث من تسجيل السلوك الملاحظ وقت حدوثه مباشرة، وبذلك يقل فيها الاعتماد على الذاكرة وتسلم من تحريفها.

2- كثير من الموضوعات مثل الشائعات والنكت والعادات الاجتماعية وطرق التعامل بين الناس فى تعرضها للأعلام. ويكون من الافضل رصدها عن طريق الملاحظة وللتعرف على خصائصها.

3- تسهم الملاحظة فى التعرف على ردود الفعل بالتعبير الحركى. مثل الربط بين البرنامج وتركيز الانتباه اليه وقياس الاثر الانفعالى الظاهر لبعض البرامج وتغيير مستمع لمحطات الاذاعة كمظهر للعزوف عن برنامج ما.

4- كما انها لا تتطلب من الاشخاص موضع الملاحظة ان يقرروا شيئا وهم فى كثير من الاحيان قد لا يعلمون انهم موضع الملاحظة.

وبذلك تتلخص الملاحظة من عيوب المقابلات والاختبارات والتجارب التى قد يتردد الناس فى الاسهام فيها او فى الاجابة على اسئلتها، او قد يضيفون بها.

وتمكن الملاحظة من الحصول على معلومات وبيانات حول سلوك من لا يستطيعون التعبير من أنفسهم قولا او كتابة كالاطفال.

تعتبر الملاحظة أداة صالحة لقياس فاعلية العملية التربوية حيث يمكن عن طريقها الملاحظة رصد أداء وسلوك التلاميذ وتصرفاتها ومعاملتها كأن يدرك الباحث

أو الملاحظ مدى اكتسابها لكثير من الصفات الاجتماعية والنفسية كصفة التعاون وصفة الثقة بالنفس وروح المبادرة.

وتحقق الملاحظة المطابقة بين القول والفعل، وذلك عندما يحتاج الباحث للتأكد من صدق مايدلى به المبحوث باستخدامه أسلوب الملاحظة. كأن يقول المبحوث أنه يتابع البرامج الصحية ويطبق ارشادتها بينما تظهر ملاحظة الباحث غير ذلك فيما يبدو له من مشاهدته للمستوى الصحى للمبحوث، ونظافة منزله.

**عيوب الملاحظة:**

1- صعوبة التنبؤ مقدما بوقوع حادث معين ونجد فى معظم الحالات يجب علينا ان ننتظر حدوث الظاهرة لنلاحظها وحتى فى الظواهر التى تحدث فى حياتنا اليومية قد يفاجأ الباحث بعوامل طارئة تحول دون متابعتها او ملاحظتها.

2- لا تفيد الملاحظة فى التوصل إلى بيانات عن المعتقدات والدوافع، ولا تجيب بشىء صريح عن الماضى لاستحالة التطبيق العملى لملاحظة أشياء حدثت فى الماضى.

3- يصعب تمثيل العينة التى تجرى عليها الملاحظة للمجتمع كله وبالتالى لا يمكن تعميم نتائجها وهو ما يستهدف أساسا من اجراء إستطلاعات الرأى العام.

4- يندر أن تخلو الملاحظة من التحيز، فالنتائج التى نصل اليها عن طريقها يغلب عليها الطابع الشخصى الى حد كبير. لأن كل فرد منا يلّون الامر الحسى بطابعه الخاص.

ولذلك تختلف نتائج الملاحظة بأختلاف الملاحظين من حيث قوة او ضعف حواسهم. ومن حيث مقدرتهم او عجزهم على تأويل هذه الملاحظات تأويلا علميا صحيحا[10].

لأن مقدرة المرء على الملاحظة العلمية الدقيقة المضبوطة تختلف مـن وقـت الى أخـر بـأختلاف حالته النفسية.

**شروط الملاحظة الجيدة:**

1- يجب أن تكون شاملة كاملة، أى ملاحظة كل العوامـل التـى قـد يكـون لهـا أثـر فى إحـداث الظاهرة.

2- تهيئة كافة الظروف الممكنة لتحقيق الادراك الحسى الدقيق.

3- أن يتمتع الملاّحظ بحواس سليمة تمكنه من ملاحظة ما يتجه الى ملاحظته ملاحظة دقيقة.

**أنماط وانواع الملاحظة:**

1- الملاحظة البسيطة.

2- الملاحظة المقننة. وشرحهما كالاتي:

**1- الملاحظة البسيطة:** الملاحظة هي العملية التى تتم خلالهـا عمليـة ملاحظـة الظـواهر وهـى حالتها التلقائية دون تعمد أو ضبط علمى وتنقسم الى:

أ- الملاحظة بالمشاركة: وتعنى أن يعيش ويحيا الباحث وسط الناس الذين يرغب فى ملاحظـتهم طوال فترة البحث دون ان يفصح لهم عن شخصيته.

ب- الملاحظة بغير المشاركة: وتعنى أن تتم الملاحظـة دون أن يشـترك الباحـث بـأى صـورة مـن الصور فى أى نوع من أنواع النشاط اليومى للمجتمع المبحوث.

**2- الملاحظة المقننة:**

أى خضوع الملاحظة للضبط ككل بحيث يشمل كل الاطراف المشاركة فيها الباحثون – الافراد – المبحثون- موضوع الملاحظة – الغايات والاهداف التى تسعى اليها – الموقـف الاجتماعـى والاتصـالى الذى يحتوى كل هؤلاء الاطراف جميعا.

ولقد شاع إستخدام الملاحظة المقننة فى الدراسات التى تختبر فروضـا سـببية او الدراسـات التـى تستهدف تقديم وصف دقيق لظـاهرة مـا مـن الظـواهر التـى تسـعى اسـتطلاعات الـرأى العـام الى رصدها.

وتعتبر الملاحظة من أنسب الطرق لأستطلاع الرأى العام فى البلاد التى ترتفع فيهـا نسـبة الاميـة ويسود بين الجماهير أو بعض فئاتها الشك فى كل ما له طابع رسمى.

**- عوامل فعالية الملاحظة:**

توجد عوامل تزيد من فاعلية إستخدام الملاحظة فى بحوث الرأى العام هى[11]:

1- ضرورة توفير طرق ووسائل وأساليب تسمح برصد الظواهر بسرعة ودقـة وايصـالها فى أسرع وقت الى مركز قياس الرأى العام.

مما يستلزم فى بعض الحالات تزويد الملاحظين بأجهزة فاكس ومحمول وانترنت لاب تـوب التـى تمكنهم من سرعة ارسال ما يرصد من شائعات.

3- العمل على تقليل تحيز القائمين بالملاحظة. مع ضرورة أن تتضمن الاستمارة الموحدة لرصد الشائعات السمات الديموغرافية المختلفة لمروجيهات ومكان رصدها مع التأكد أنه في بحوث الرأي العام المهم الرأي لا صاحب الرأي.

4- تدريب الباحثين سواء التدريب الجماعي الملاحظين أو إستدعاء ملاحظ معين يوجد قصور ملحوظ في مجال محدد لديه لتدريبه تدريبا علميا وعمليا.

5- التأكد علي الملاحظين الا يشعروا المجتمع الذي يتولوا رصد الشائعات والظواهر به أنهم يقومون بهذا العمل حتي تكون تصرفات أفراد المجتمع أمامهم عادية.

## مراجع الفصل السادس:

1- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة (القاهرة: عالم الكتب، 1992).

2- محمد عبد الحميد، الجمهور فى بحوث الإعلام (مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية، 1989).

3- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

4- عاطف عدلى العبد، الأسلوب الإحصائى واستخداماته فى بحوث الـرأى العـام والإعـلام، مرجـع سابق.

5- عاطف عدلى العبد، الأسلوب العلمى فى البحوث الإعلامية، مرجع سابق.

6- عاطف عدلى العبد، بحوث المستمعين فى الوطن العربى مرجع سابق.

7- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، مرجع سابق.

8- محمد عبد الحميد، الجمهور فى بحوث الإعلام مرجع سابق.

9- محمد عبد القادر حاتم، ديمقراطية الاتصال، مرجع سابق.

10- عاطف عدلي العبد، الرأي العام وطرق قياسه، مرجع سابق.

11- المرجع السابق نفسه.

# فهرس الكتاب